

# Sähköisten ETF-palvelujen kehittäminen Case: Nordnet

Lönnqvist, Rolf

2013 Otaniemi

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Otaniemi

## Sähköisten ETF-palvelujen kehittäminen Case: Nordnet

Rolf Lönnqvist  
Yrittäjyyden ja liiketoiminta-  
osaamisen koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Joulukuu, 2013

Rolf Lönnqvist

### Sähköisten ETF-palvelujen kehittäminen Case: Nordnet

Vuosi	2013	Sivumäärä	53
-------	------	-----------	----

Pankkien palvelukanavat ovat laajentuneet perinteisten konttorien lisäksi myös sähköisiin palvelukanaviin. Internetin pankkipalvelut ohjaavat kuluttajia yhä etenevissä määrin verkkoon ja itsepalvelupisteille. Tämä on synnyttänyt uudenlaisia verkossa toimivia nettipankkeja, joista osa on erikoistunut sijoittamiseen. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Nordnet-pankin ETF-palvelun (Exchange Traded Fund) kehittämismahdollisuuksia. Tutkimuksessa selvitettiin, mikä palvelussa on ollut tähän asti hyvää ja mitä ominaisuuksia palveluun toivottaisiin tulevaisuudessa.

Palvelut ovat aineettomia prosesseja, joiden kehityksessä asiakkaat ovat keskeisessä roolissa. Palvelujen kehittäminen edellyttää arkipäivän ongelmiin pohjautuvaa tietoa asiakailta. Vuorovaikutteinen palvelun kehitys luo uusia palveluinnovaatioita, joiden avulla voidaan vastata asiakkaiden tarpeisiin. Onnistuessaan tarpeiden täyttämässä yritykset saavat uusia asiakkaita palvelun käyttäjiksi ja asiakastytyväisyys paranee.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuoda esiin asiakkaan tärkeys palvelua kehitettäessä. Tarkoituksena oli löytää tietoa ja ymmärrystä siitä, mitä asiakas arvostaa ETF-palvelua käyttäessään. Opinnäytetyön teoreettisessa osassa käsiteltiin palvelujen kehittämistä ja niiden hyödyntämistä sähköisissä verkkopalveluissa. Teoriaosuudessa esiteltiin myös yleisesti sijoituspalveluyritysten sähköistä liiketoimintaa ja niiden palveluja Internetissä.

Työn empiirinen osa koostui ryhmähaastatteluista, jotka suoritettiin laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmin. Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Työssä lähteinä käytettiin kirjallisuutta, elektronisia lähteitä sekä haastatteluja.

Tutkimustulosten perusteella selvisi, että palvelun käyttäjät olivat tyytyväisiä Nordnetin ETF-palveluun, mutta kehitettävääkin löytyi. Osa palvelun toiminnoista ei vastannut täysin sijoittajien tarpeisiin ja palveluja tulisikin parantaa. Sähköisen liiketoiminnan nopea kehitys ja siinä mukana pysyminen on nykyajan yrityksille haastavaa, sillä uudet teknologiat ja innovaatiot syntyvät nopeammin kuin edes huomataan.

Avainsanat: ETF, sähköiset palvelut, sijoittaminen, palvelujen kehittäminen, verkkopalvelu

Rolf Lönngqvist

**The development of online ETF-services Case: Nordnet**

Year	2013	Pages	53
------	------	-------	----

---

Electronic service channels have supplemented the existing traditional bank offices. Internet bank services are increasingly directing consumers towards online services and self-service units. This has created new online bank services, some of which are specialized in investment. The purpose of this thesis was to explore the developmental possibilities of the Nordnet bank ETF-service (Exchange Traded Fund). This thesis explores the successful elements of the service so far and examines, which features should be included in the future.

Services are intangible processes and customers have a key role in developing them. Developing services requires information from the customers concerning day-to-day problems. Interactive development of services creates new service innovations to correspond to the needs of the customers. Meeting the needs of customers successfully attracts more users and leads to an increase in consumer satisfaction.

The objective of this thesis was to emphasize the key role of the customer in creating a service. The purpose was to find knowledge and understanding on what are the main points valued by customers in using the ETF-service. The theoretical part of this thesis reviewed development of services and their utilization in online banking services. The theoretical part also presented the electronic business activities of investment banking companies and their online services in general.

The empirical part of the thesis consisted of group interviews, which were conducted using the qualitative research method theme interview. The references used consist of literature, electronic references and interviews.

The findings report that most service users were satisfied with Nordnet's ETF-service but there was also some need for improvement. Some of the functions of the service did not completely correspond to the investors' needs and thus they should be improved. The rapid development of online business activities is a challenge for modern corporations as new technologies and innovations are being created faster than ever.

Keywords: ETF, electronic services, investing, service development, online services

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
	1.1.1 Tutkimuksen taustaa.....	7
	1.1.2 Tutkimusongelma ja -tavoite.....	8
	1.1.3 Tutkimuksen rajaus .....	9
2	Sijoittaminen .....	10
	2.1.1 Sijoituspalveluyritykset .....	11
	2.1.2 Yrityskuvaus .....	13
	2.1.3 ETF:t ja palvelut .....	13
3	Teoreettiset lähtökohdat .....	19
	3.1 Sähköinen liiketoiminta .....	20
	3.2 Sähköiset ePalvelut .....	21
	3.2.1 Sähköinen liiketoiminta pankeissa .....	22
	3.2.2 Sähköinen arvopaperikaupankäynti .....	23
	3.3 Palvelun määritelmiä .....	24
	3.3.1 Palvelun laadun kehittäminen .....	25
	3.3.2 Palvelun käyttäjät kehitystyössä .....	27
	3.3.3 Asiakaslähtöiset palvelut .....	28
	3.3.4 Sähköisten palvelujen kehittäminen .....	30
4	Empiirinen tutkimus .....	32
	4.1 Kvalitatiivinen tutkimus.....	32
	4.1.1 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti .....	33
	4.1.2 Aineiston keruu ja otos.....	33
	4.1.3 Aineiston analysointi.....	35
	4.1.4 Teemahaastattelu.....	35
	4.1.5 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen tekeminen .....	36
5	Tutkimustulokset .....	37
	5.1 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset .....	39
6	Pohdinta .....	41
	Lähteet .....	45
	Kuvat .....	49
	Taulukot .....	50
	Liitteet.....	51

## 1 Johdanto

Indeksiosuusrahastot eli ETF:t ovat Suomessa vielä melko tuntemattomia sijoitusinstrumentteja. Suomi on kuitenkin ETF-trendien edelläkävijä pohjoismaissa. Aikaisemmin ETF:t olivat vain eläkerahastojen ja varainhoitajien sijoitustyökaluja. Nykyään myös pankkien sijoitusneuvojat, varainhoitajat ja konttorien pankkineuvojat tarjoavat ETF:iä henkilöasiakkailleen. Vuonna 2012 ETF-rahastojen hallinnoimat varat maailmanlaajuisesti olivat n. 1 600 miljardia euroa, josta Suomen osuus oli n. 5,2 miljardia. (Salkunrakentaja 2013.)

ETF:stä on kirjoitettu melko vähän suomeksi, eivätkä perinteiset kivijalkapankit markkinoi niitä aktiivisesti. Tämä johtuu siitä, että passiivisesti hoidettujen ETF:ien kustannukset sijoittajalle ovat huomattavasti alhaisemmat kuin aktiivisesti hoidettujen sijoitusrahastojen kustannukset. Rahastoyhtiöt elävät hallinnointipalkkioista ja ETF:t koetaan kilpailijoina. Suuret suomalaiset pankit ovat kuitenkin tuoneet ETF:t verkkopalveluihinsa, jotta asiakkaat voisivat halutessaan sijoittaa niihin. Vuonna 2004 tehdyssä tutkimuksessa todettiin, että passiivinen sijoittaminen ETF:iin tuottaa paremmin kuin sijoittaminen aktiivisesti hoidettuihin sijoitusrahastoihin. Tutkimuksen aineistona oli 29 sijoitusrahastoa neljästätoista maasta ja niitä vastaavat ETF:t. (Harper, Madura & Schnusenberg 2004, 104-122.)

ETF-rahastojen suosion kasvun myötä myös niiden kysyntä on lisääntynyt. Tämä on vaikuttanut ETF-palvelujen kehitykseen ja tarjontaan sijoituspalveluyhtiöiden ja rahoituslaitosten verkkopalveluissa. Sijoittajat haluavat enemmän tietoa ja kehittyneempiä verkkopalveluja ETF:ien hallinnointiin. ETF-rahastojen suosiosta sijoittajien keskuudessa kertoo myös se, että vuonna 2012 pohjoismaiden ja Suomen ETF-markkinat kasvoivat 40 prosenttia. (Kauppalehti Online 2013.)

Pankkitoiminta on siirtynyt yhä etenevissä määrin verkkoon ja mobiilipankkiin. Tämä on myös lisännyt sijoituspalveluihin erikoistuneita yrityksiä ja nettipankkeja. Nykyään valtaosa sijoittajista haluaa itse hoitaa varallisuuttaan ja päivittäisiä pankkiasioitaan. Asiakkaiden siirtyminen verkkoon on luonut pankeille tarpeen kehittää sähköisiä palveluita. Kehitystyössä asiakkaan tieto on avainasemassa ja sen käyttäminen tuo pankeille menestystä.

Nordnet tarjoaa nettipankissaan ETF-palvelua, jonka kautta sijoittajat voivat tutustua ETF:iin sekä etsiä rahastoja mielenkiinnon mukaan. Tarve lähteä selvittämään asiakkaiden tarpeita palvelun osalta on yksinkertainen. ETF:ien kasvu on lisännyt kysyntään ja kilpailijat ovat lisänneet palvelujen tarjontaa. ETF-palvelun kehittämisen tavoitteena on myös kaupankäynnin lisääminen ja asiakastytyväisyyden kasvattaminen.

### 1.1.1 Tutkimuksen taustaa

Liiketoiminnan kehittämisprojektin tarve syntyy usein asiakkailta saatujen toiveiden tai muun tarpeen pohjalta. Sähköisen liiketoiminnan kehittämishankkeeseen kannattaakin ryhtyä vasta silloin, kun asiakkaiden tarpeet ovat tiedossa. Sähköinen liiketoiminta voi tuoda yrityksille aivan uudenlaisia mahdollisuuksia ja se tarjoaa myös nopean reitin liiketoimintamallien kehittämiseen. (Koskinen 2004, 39-42.)

Tässä opinnäytetyössä verkkopalvelulla tarkoitetaan yrityksen tuottamaa ja Internet-verkkoon liitettyä palvelua. Verkkopalvelulle on yleistä, että sillä on joko maailmanlaajuinen tai rajattu kohderyhmä. Verkossa www-sivujen muodostamat osoitteet tuovat reaaliaikaisen saavutettavuuden palvelun käyttäjille. Onnistuneessa verkkopalvelussa on hyvä käytettävyyys ja laadukas sisältö. Palvelun tulee olla myös tarkoituksenmukainen ja täyttää käyttäjien tarpeet. (Heinisuo & Rauta 2007, 11-12.)

Verkkopalvelun osioita hallitaan käyttöliittymän avulla, jonka kautta myös kirjaudutaan palveluntarjoajan www-sivustoon. Käytettävyydestä puhuttaessa, ilmaistaan kuinka helppoa palvelua on käyttää. (Korpela & Linjama 2005, 354). Nordnetissa asiakkaat ovat voineet käydä kauppaa ETF:llä kustannustehokkaasti ETF-tori nimisen verkkopalvelun kautta. Nordnetin verkkopalvelun käyttöliittymään pääsee [www.nordnet.fi](http://www.nordnet.fi) osoitteen kautta, missä myös ETF-tori sijaitsee. (ETF-tori 2013.)

Sähköistä liiketoimintaa kutsutaan monilla eri termeillä. Synonyymejä ovat nettiliiketoiminta, e-liiketoiminta, verkkoliiketoiminta, ePalvelut sekä verkkoliiketoiminta. Muita rinnakkaiskäsitteitä ovat verkkopalvelu sekä digitaalinen palvelu. (Aalto, Halonen, Juote, Järvinen & Wihuri 2000, 55.)

Opinnäytetyssä puhutaan myös verkkosivuston ulkoasusta ja graafisesta puolesta. Tässä tutkimuksessa ulkoasuun kuuluu oleellisesti verkkosivujen värimaailma, sommittelu, graafiset elementit, painikkeet ja sivuston yleisvaikutelma. Visuaalisuudella tarkoitetaan sivuston yhtenäistä ulkoasua edustaa yritystä. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 240-245.) Käyttöliittymällä hallitaan verkkosivun ominaisuuksia. Siihen kuuluvat oleellisesti painikkeet ja tavat siirtyä sivulta toiselle. Käyttöliittymä sisältää ne elementit, joiden avulla hallitaan verkkopalvelun käyttöä. (Korpela & Linjama 2005, 354-355.)

### 1.1.2 Tutkimusongelma ja -tavoite

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää asiakkaiden kokemuksia Nordnetin ETF-palveluista, sekä löytää kehitysehdotuksia palvelun parantamiseksi. Tutkimuksen keskeiset tutkimusongelmat ovat:

1. Miten ETF-palvelun (ETF-tori) käyttäjät ovat kokeneet nykyisen palvelun?
2. Mitä palvelun tulisi sisältää ja miten sitä tulisi kehittää, jotta palvelusta tulisi parempi?

Nordnet on nettipankki, joka tarjoaa sijoituspalveluja verkossa. Nordnetin tavoitteena on tarjota laadukasta ja monipuolista palvelua asiakkaille. Pankkien täytyy jatkuvasti kehittää sähköisiä palvelujaan ja monipuolistaa niitä, sillä tulevaisuudessa niiden käyttö tulee lisääntymään. Tämän työn tutkimusongelma on rajattu sähköisen ETF-palvelun kehittämiseen.

Nordnetin tavoitteena on tarjota jokaiselle asiakkaalle helppoa tietä aloittaa ETF-sijoittaminen. Palvelun on myös houkuteltava uusia asiakkaita, sekä lisätä nykyisten että uusien asiakkaiden ETF-kaupankäyntiä. ETF-palveluita kehitetään siksi, että niiden kysyntä on kasvanut sijoittajien keskuudessa. Lehdissä ja verkossa kirjoitetaan yhä etenevässä määrin ETF:stä ja niiden tarjoamista mahdollisuuksista. Monet sijoittajat ovat ottaneetkin ETF-rahastot osaksi salkun hajautusta. Kuten Petre Pomell on Arvopaperin haastattelussa maininnut, Nordnet keskittyy ETF tarjonnassaan piensijoittajiin. Näin ollen ETF-palvelun kohderyhmänä ovat piensijoittajat joihin myös tämä tutkimus keskittyy.

Opinnäytetyössä pyritään selvittämään asiakkaiden kokemuksia nykyisestä ETF-palvelusta, sekä löytää uusia ideoita palvelun kehittämiseksi. Tutkimuksessa käyttäjien kohtaamat tarpeet ja ehdotetut ratkaisut on tuotu esille tutkimustulosten kautta. Tutkimusongelmaan haetaan vastausta pyrkimällä ymmärtämään, mitä palvelun käyttäjä todella haluaa. Tällöin ei riitä, että kysytään mitä, vaan miksi.

Tämä opinnäyte perustuu olemassa olevaan ongelmaan, jota varten aiheesta tehdään tutkimus. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää miten sähköisiä ETF-palveluja tulisi kehittää ja mille uusille ETF-palveluille olisi tarvetta. Tavoitteena on tutkia palvelun käyttöön ja laatuun vaikuttavia tekijöitä käyttäjien näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena on etsiä Nordnetille ETF-palvelun käyttöön liittyviä kehitysehdotuksia saatujen tutkimustulosten perusteella. Kartoittamalla asiakkaiden tarpeet ja mielipiteet, löydetään konkreettiset perustelut siitä, miten palvelua tulisi kehittää. Tavoitteena on myös se, että tutkimuksesta saatua tietoa voidaan hyödyntää tulevaisuudessa palvelun kehittämisessä ja käytännössä.



### 1.1.3 Tutkimuksen rajaus

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston suuri määrä voi muodostua ongelmaksi. Siksi tutkimuksessa on mietittävä aineiston rajausta, jotta sen analysointi olisi järkevää. (Eskola & Suoranta 2000,19.) Puhuttaessa sijoittamisesta ja sähköisistä verkkopalveluista käsitellään laajaa kokonaisuutta, jonka rajaaminen tutkittavaan osaalueeseen on mielekästä työn eheyden säilyttämiseksi.

Opinnäytetyön kehittämistutkimus on rajattu Nordnetin sähköiseen ETF-palveluun nimeltään ETF-tori ja sen kehittämiseen. Tutkimuksessa kuitenkin käsitellään yleisesti sijoittamista ja pankkien verkkopalveluita jotta lukijalle muodostuisi kokonaiskuva toimialasta ja sen kehitymisestä. Tutkimuksen haastateltavat on rajattu piensijoittajiin, sillä se on Nordnetin suurin ja tärkein asiakasryhmä. Tässä tutkimuksessa ETF-palvelulla ja ETF-torilla tarkoitetaan samaa asiaa. Seuraavassa kuvassa nähdään kuva Nordnetin ETF-torin koulutusosioista.

The screenshot shows the 'ETF-tori' website, which is a platform for learning about ETFs. The main navigation bar includes 'Kursit & uutiset', 'ETF-koulu', and 'Yhteistyökumppanit'. The 'ETF-koulu' section is highlighted, featuring a welcome message and a list of ETF courses. Below this, there is a table comparing 'ETF Rahasto' and 'Osake' (Stock) across various criteria. The table shows that ETFs generally offer lower fees, more diversified risk, and easier entry/exit compared to individual stocks. A section titled 'KYSYMYKSIÄ JA VASTAUKSIA' (Questions and Answers) is also visible, along with a 'Tiedätkö mitä High yield tarkoittaa?' (Do you know what High yield means?) section. The right side of the page features a 'Laaja valikoima - Paljon mahdollisuuksia' (Large selection - Many opportunities) section with a globe graphic and a list of ETFs.

Kuva 1: ETF-torin koulutusosio

Nordnetin ETF-tori on palvelu, jonka kautta sijoittaja voi hakea ETF:itä. Palvelusta löytyy Pohjoismaissa, Saksassa ja USA:ssa noteeratut ETF-rahastot. Palvelu sisältää myös erillisen haku-koneen, jonka kautta sijoittaja voi hakea ETF:itä valittujen kriteerien mukaan. ETF-torilta löytyy myös ETF-koulu, jonka kautta voi helposti opiskella ETF:ien ominaisuuksista, eduista ja eroista verrattuna perinteisiin rahastoihin ja osakkeisiin. Uusimpana lisäyksenä ETF-torilta

löytyy mahdollisuus aloittaa ETF-kuukausisäästäminen ilman välityspalkkioita. ETF-torin tarkoituksena on palvella sijoittajia sekä helpottaa ETF:ien valintaa ja kaupankäyntiä. (ETF-tori 2013.)

ETF Tori Pörssinoteeratut rahastot, raaka-aineet ja sertifikaatit

Kurssit & uutiset ETF-koulu Yhteistyökumppanit

### Helppo tapa säästää osakeindekseihin, valuuttoihin ja raaka-aineisiin

Nordnetillä on laaja valikoima ETF:itä, ETN:itä ja ETC:itä. Etsi ja vertaa ETF:itä, tutustu asiantuntijoiden analyysiin ja opi lisää pörssinoteeratuista rahastoista, raaka-aineista ja valuutoista.

**Uutuus! ETF-kuukausisäästäminen ilman välityspalkkioita**

Ensimmäisenä pankkina Pohjoismaissa Nordnet tarjoaa ETF-kuukausisäästämisen ilman välityspalkkioita.

[Lue lisää](#)

### Uutiset & Analyysit

- 2013-05-28 · SHB Raaka-ainekatsaus 24.5.2013
- 2013-04-29 · SHB Raaka-ainekatsaus 26.4.2013
- 2013-04-22 · SHB Raaka-ainekatsaus 19.4.2013
- 2013-04-08 · SHB Raaka-ainekatsaus 5.4.2013
- 2013-04-05 · SHB Trading case kulta
- 2013-02-18 · SHB Raaka-ainekatsaus 15.2.2013
- 2013-02-11 · SHB Raaka-aine sertifikaatit
- 2013-02-11 · SHB Raaka-ainekatsaus 8.2.2013
- 2013-02-04 · SHB Raaka-ainekatsaus 1.2.2013
- 2013-01-31 · Hallitse volatiliiteettia Commerzbankin Bull & Bear VIXF tuotteilla

[Lisää uutisia & analyysseja](#) [Uutiset](#) [Analyysit](#)

ETF Sertifikaatti 1 viikko 1 kuukausi 1 vuosi

**XLDX +2,82%**

[XMJP](#) +2,81%

[XSPX](#) +2,58%

[XSDX](#) +2,46%

[XEL2](#) +1,97%

### ETSI

Equity Financial Alakategoria Deutsche db x-trackers ☒ ETF ☒ Sertifikaatti ☒ Vipu [Etsi](#) [Poista](#)

Kurssit Tuotto Tulosten määrä: 1

	Arvopaperi	Viimeisin	%	Osta	Myy	Spread	Kohde-etuus	Vipu	Suunta	Tyyppi	Palkkio	Aika
<a href="#">Osta</a> <a href="#">Myy</a> <a href="#">+</a>	<a href="#">OMXH25 ETF</a>	28,16	0,50	28,08	28,19	0,39%	OMX Helsinki 25	Ei	Ylös	ETF	0,17%	17:20

Realtimekurssi 15 min viivästetty Päätöskurssi Kurssi ei ole saatavilla

Kuva 2: ETF-torin hakukone

## 2 Sijoittaminen

Sijoittamisella haetaan tuottoa rahalle, joka on pois sijoittajan päivittäisestä kulutuksesta. Ihmiset sijoittavat, sillä sijoitettavan pääoman toivotaan tuottavan tulevaisuudessa. Tuotto-

mahdollisuuteen sisältyy myös riski pääoman menettämisestä. Sijoittamista voidaan verrata kaupankäyntiin, jonka tarkoituksena on sijoittaa pääomaa tuottavasti. (Nikkinen, Rothovius & Sahlström 2002, 9-10.)

Sijoittaja voi hajauttaa pääomaa eri omaisuusluokkiin. Sijoitusinstrumentit ovat kuitenkin se yleisin tapa ja varallisuutta voidaan sijoittaa eri kohteisiin. Jokaisella kohteella on oma riskinsä ja tuottoonsa, joka vaihtelee kohteesta riippuen. Sijoituskohteina voivat olla esimerkiksi rahastot, osakkeet, obligaatiot, tai ETF:t. Rahojaan voi myös sijoittaa metsiin, kiinteistöihin tai muihin omaisuusluokkiin.

### 2.1.1 Sijoituspalveluyritykset

Sijoituspalveluyritys on pankki tai pankkiiriliike, joka välittää arvopaperikauppoja. Sijoituspalveluyritykset voivat tarjota myös omaisuudenhoito- ja sijoituspalveluja, sekä myöntää sijoituspalveluun liittyviä luottoja. Suomessa sijoituspalveluyritys vaatii sijoituspalvelutoimiluvan. (Finanssivalvonta 2013.)

Online-välittäjät eli sijoittamiseen erikoistuneet nettipankit, tarjoavat sijoittajalle verkko-palvelua, jonka kautta tehdä kauppaa pörssin kaupankäyntijärjestelmään. Verkossa sijoittaja voi tehdä kaupat itsenäisesti ja tarvittaessa meklarin kautta puhelimitse. Online-osakekauppa vaatii sijoittajalta itsenäisempää otetta, mutta myös kustannukset välityspalkkiot ovat alhaisemmat. Sähköisen arvo-osuustilin voi avata helposti verkossa ja rahaliikennekin hoituu sähköisesti. Verkossa sijoittaja toimii omana meklarinaan markkinoita seuraten ja sijoituspäätöksiä tehden. Palveluntarjoajat ovat kehittäneet palveluja ja tuoneet järjestelmiin erilaisia analyysityökaluja sekä käyttöliittymiä, joita hyödyntää. Oman salkun seuraaminen on reaaliaikaista ja vaivatonta. (Pörssisäätiö 2013.)

Sijoituspalveluyritykset ovat erikoistuneet sijoittamiseen ja ne tarjoavat sijoituspalveluja ammattimaisesti. Sijoituspalveluyritysten toiminta on luvanvaraista ja sitä säätelee Laki sijoituspalveluyrityksistä. Laki koskee sijoituspalvelujen tarjoamista ammattimaisessa mielessä. Lakia ei siis sovelleta kertaluonteiseen sijoituspalvelujen tarjoamiseen tai omaan konserniin suuntautuvaa sijoitustoimintaan. Sijoituspalveluja ovat mm. arvopapereiden välitys ja kaupinta, sekä omaisuuden hoito. Suomessa sijoituspalveluyrityksinä toimivat pääasiassa pankit, mutta toimiluvan voi saada myös suomessa toimiva osakeyhtiö. Sijoituspalveluyritysten lainsäädännössä on määräyksiä sijoituspalveluyritysten vähimmäismaksuvalmiudesta, sekä oman pääoman vähimmäismäärästä. Näin ollen ne ovat turvallisia myös tavalliselle sijoittajalle. Lain mukaan sijoituspalveluyritys voi harjoittaa sekä järjestää:

- Julkista kaupankäyntiä liittyen sijoituskohteisiin

- Tarjota luottoja sekä rahoitusta liittyen sijoituspalveluun
- Tarjota sijoitus- ja rahoitusneuvontaa, joka koskee sijoituskohteita
- Tarjota säilytys- ja hoitopalveluja, sekä tarjota tallelokeroita jotka liittyvät sijoituskohteisiin
- Tarjota palveluja, jotka liittyvät arvopapereiden liikkeeseenlaskuun (Finlex 2013.)

Suurin osa suomalaisista sijoituspalveluyrityksistä on pieniä ja suurimmat toimivat osana pankkikonsernia. Suuria pankkikonserneja jotka tarjoavat sijoituspalveluja, ovat Danske Bank Oyj, Nordea Pankki Suomi Oyj sekä Pohjola Pankki Oyj. Pienemmät sijoituspalveluyritykset toimivat pääsääntöisesti internetin välityksellä. Osa niistä on ulkomaisia, Euroopan talousalueella (ETA) toimivia sivuliikkeitä, kuten ruotsalainen Nordnet Bank AB. ”Ulkomainen ETA-sijoituspalveluyritys voi perustaa sivuliikkeen Suomeen ulkomaisen ETA-valvontaviranomaisen ilmoitettua sivuliikkeen perustamisesta Finanssivalvonnalle”. (Finlex 2013.)

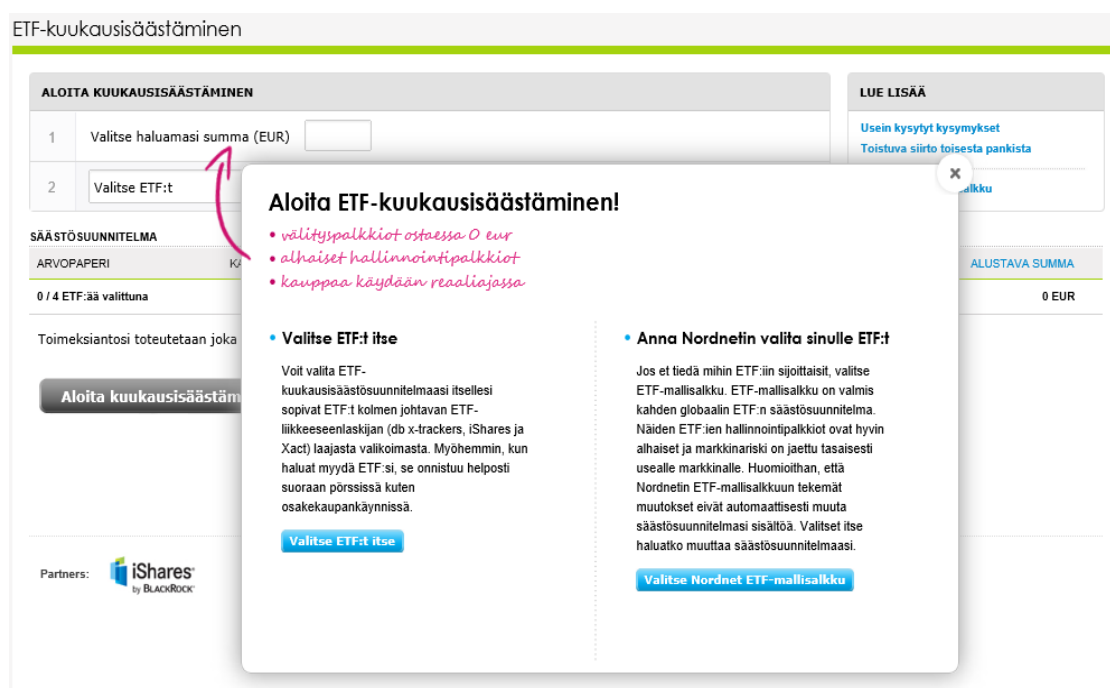
Suomessa oli toiminnassa kesäkuun 2013 lopussa 55 sijoituspalveluyritystä, joista 40 kappaletta teki voitollisen liikutuloksen. Sijoituspalveluyritysten palkkiotuotot kasvoivat vuoden 2013 huhti-kesäkuussa yli 10 prosenttia verrattuna vuoden 2012 vastaavaan ajankohtaan. Sijoituspalveluyritysten tuotoista 94 prosenttia oli palkkiotuottoja. Parhaiten palkkioita tuli omaisuudenhoidosta. (Tilastokeskus 2013.)



Kuva 2: Sijoituspalveluyritysten palkkiotuottojen vuosimuutos neljänneksittäin (Tilastokeskus 2013.)

### 2.1.2 Yrityskuvaus

Nordnet (Nordnet Bank AB) on pohjoismainen osake- ja rahastovälittäjä, joka tarjoaa palveluitaan Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Nordnet perustettiin vuonna 1996 ja se on listattu myös Tukholman pörssiin. Nordnet oli yksi ensimmäisistä internetissä toimivista välittäjistä Pohjoismaissa ja se aloitti toimintansa Suomessa vuonna 2005. Suomalaiset sijoittajat voivat Nordnetin kautta käydä kauppaa osakkeilla, warranteilla, optioilla, ETF:llä ja rahastoilla. Nordnetin verkkopalvelu antaa sijoittajalle mahdollisuuden käydä kauppaa helposti ja vaittomasti. Asiakas voi halutessaan avata myös talletustilin eikä arvo-osuustilistään veloita erillisiä kustannuksia. Verkkopalvelun lisäksi Nordnet tarjoaa myös kehittyneitä mobiilisolvelluksia kaupankäyntiin. Nordnetin strategia koostuu kolmesta elementistä, jotka ovat asiakkaat, markkinat ja tuotteet. Tavoitteena on tarjota sijoittajille yksinkertaisia palveluja modernilla tavalla. (Nordnet 2013.)



Kuva 4: ETF-kuukausisäästäminen

### 2.1.3 ETF:t ja palvelut

ETF-lyhenne muodostuu englanninkielisistä sanoista Exchange Traded Fund eli pörssinoteerattu rahasto. ETF on siis rahasto, jonka arvo-osuudella käydään kauppaa arvopaperipörssissä samoin kuin osakkeilla. ETF:iä kutsutaan myös indeksiosuusrahastoiksi, sillä niiden tarkoitus on yleensä seurata passiivisesti tiettyä indeksiä. ETF-rahastoilla voidaan sijoittaa osake-, korko-, hyödyke-, ja valuuttamarkkinoille. Maailman ensimmäinen ETF-rahasto perustettiin

vuonna 1989 Kanadassa ja sen nimi oli Toronto Index Participation Fund. (Kaartinen & Pomell 2012, 7-9.)

ETF on sijoitusinstrumentti, jonka avulla voi sijoittaa erilaisiin indekseihin. Normaalisti indeksi on ryhmä arvopapereita, joiden tarkoitus on edustaa tiettyä markkinaa tai markkinasegmenttiä. Indeksien taas arvo lasketaan indeksin muodostavien osatekijöiden hinnoista. Maailmassa indeksejä on kymmeniätuhansia ja erilaisiin indekseihin rakennettuja ETF-rahastoja syntyy päivittäin. ETF:t ja muut ETP-tuotteet ovat mahdollistaneet sijoittajille väylän moniin eri omaisuusluokkiin ja ne tarjoavatkin laajan sijoitushorisontin. Sijoittaja voi ottaa näkemystä esimerkiksi:

- Maantieteellisesti
- Toimialoittain
- Hyödykkeisiin ja raaka-aineisiin
- Korkorahastoihin
- Arvo/kasvuosakkeisiin

ETF:t ovat siis passiivisesti hallintoituja rahastoja, jotka seuraavat passiivisesti tiettyä indeksia. Niiden sisältöä ei näin hallinnoi rahastoyhtiön salkunhoitaja kuten perinteisissä sijoitusrahastoissa. ETF:ää ostaessa sijoittaja saa osuuden indeksistä ja siksi niitä kutsutaankin indeksiosuusrahastoiksi. Indeksit ovat pörssien ja indeksintarjoajien osakekoreja tai muita kohdeetuksia, joiden tarkoitus on kuvastaa vaikkapa tietyn osakemarkkinan tilaa. Otetaan konkreettiseksi esimerkiksi OMX Helsinki 25, joka on Helsingin pörssin osakeindeksi. (NASDAQ OMX Nordic, 2013.)

Vuonna 2002 helmikuussa Seligson & Co päätti perustaa yhdessä Helsingin pörssin kanssa Suomen ensimmäisen ETF-indeksiosuusrahaston, jonka tavoitteena on seurata OMX Helsinki 25 - osakeindeksin tuottoa. Indeksikoostuu 25:stä vaihdetuimmasta osakkeesta Helsingin pörssissä ja sitä käytetään vertailuindeksinä suomalaisten osakesalkkujen ja sijoitusten hoidossa. Tämä mahdollistaa kustannustehokkaan tavan sijoittaa Helsingin pörssiin hajautetusti. Ostamalla Seligson OMX Helsinki 25 ETF:ää, sijoittaja ostaa rahastoa, jonka sisältö on kopioitu indeksistä. (Seligson 2013.)

Tunnettu sijoittajaprofessori Juha-Pekka Kallunki on todennut seuraavasti, ”Indeksiosuus eli ETF on uusi sijoitusjohde. Se on ikään kuin sijoitusrahasto, mutta sillä käydään kauppaa pörssissä. Indeksiosuuden hallinnointipalkkiot ovat oleellisesti pienemmät kuin sijoitusrahastossa, jopa 1/10 sijoitusrahaston kustannuksista. Siihen kuuluu kymmeniä osakkaita, joten se on aina hajautettu. Sillä on helppo käydä kauppaa, koska sitä ostetaan ja myydään pörssissä. Helsingin pörssissä on yksi indeksiosuus eli OMX 25.” (Pörssisäätiö 2006.)

Sijoittaja päättää ostaa OMXH25 ETF:ää 1000 eurolla. Oheisesta taulukosta nähdään miten ja mihin sijoitettu pääoma jakautuu. (Seligson 2013.)

Yhtiö	Osuus indeksistä %	Sijoitus 1000 €
NOKIA	15,81	158,1
KONE	9,79	97,9
SAMPO	8,92	89,2
FORTUM	7,98	79,8
UPM-KYMMENE	6,77	67,7
WÄRTSILA	5,29	52,9
NOKIAN RENKAAT	5,14	51,4
TELIASONERA	4,86	48,6
METSO	4,3	43
STORA ENSO	4,13	41,3
NORDEA BANK	4	40
ELISA	3,04	30,4
POHJOLA BANK	2,41	24,1
ORION OYJ	2,14	21,4
HUHTAMÄKI	2,08	20,8
NESTE OIL	2,05	20,5
AMER SPORTS	1,97	19,7
KESKO OYJ	1,72	17,2
KONECRANES	1,55	15,5
OUTOTEC	1,32	13,2
KEMIRA	1,21	12,1
YIT OYJ	1,2	12
CARGOTEC	1,13	11,3
RAUTARUUKKI	0,59	5,9
OUTOKUMPU	0,42	4,2
Käteinen	0,18	1,8
Yhteensä	100 %	1000 €

Taulukko 1: OMXH25-indeksiosuusrahaston sisältö, tilanne 31.10.2013.

Indeksisijoittaminen onnistuu kahdella rahastotyyppillä. Indeksirahastoilla tai ETF-rahastoilla. Indeksirahastot ovat perinteisiä rahastoyhtiöiden tarjoamia sijoitusrahastoja, joiden arvo lasketaan kerran päivässä ja joita voi ostaa rahastoyhtiön tai välittäjän kautta. ETF:t ovat taas pörssinoteerattuja rahastoja, joten niitä voi ostaa sekä myydä pörssin ollessa auki. Mornings-tarin tutkimuksen mukaan ETF:t tarjoavat kustannustehokkaamman tavan sijoittaa indeksiin yksityissijoittajille, kun taas indeksirahastot ovat halvempia institutionaalisille sijoittajille. Tämä johtuu siitä, että indeksirahastoa myydään kahdella eri hinnalla ja näin ollen suursijoit-

tajat saavat indeksirahaston alennuksella. Indeksirahastot eivät välttämättä pyri edes indeksin tuottoon ja niiden hallinnointipalkkiot ovat yksityissijoittajalle kalliimmat. (Morningstar 2013.)

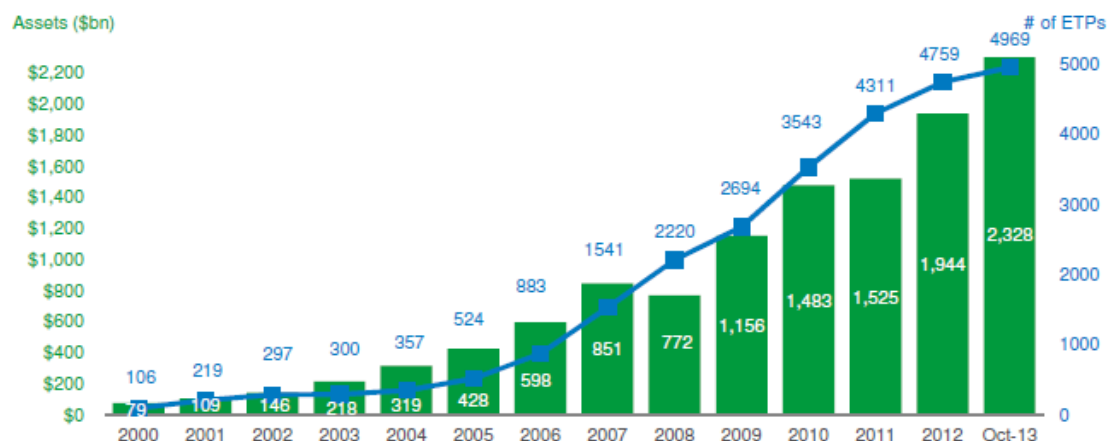
ETF:ien tarjonta kasvaa jatkuvasti tuoden uusia tuotteita ja innovaatioita sijoittamiseen. Itse sanoisin että ETF:t ovat kustannustehokas tapa sijoittaa hajautetusti ja monipuolisesti. Nykyään kuulee myös puhuttavan ETP-tuotteista ja käsitteet saattavat mennä helposti sekaisin.

ETP-lyhenne muodostuu sanoista Exchange Traded Product eli pörssinoteerattu tuote. Käsite pitää sisällään ETF:ien lisäksi myös ETC:t ja ETN:t, jotka ovat ETF:ien sisätuotteita. ETP on siis yleisnimitys näille kolmelle tyyppille. Tässä tutkimuksessa keskitytään ETF:iin, joka on ETP-tuotteiden yleisin rakenne. (Kaartinen & Pomell 2012, 49.)

ETP-tuotteet:

- ETF, Exchange Traded Fund, pörssinoteerattu rahasto
- ETC, Exchange Traded Commodity/Currency, sijoittaa hyödykkeisiin tai valuuttaan
- ETN, Exchange Traded Note, velkakirjamuotoinen sijoitustuote

Global ETP Assets & Number of ETPs by Year<sup>1</sup>



Kuva 3: ETP-tuotteiden kasvu (ETP Landscape, Blackrock, 2013.)

Yllä olevasta kuvasta näkyy, että ETF:iin on sijoitettu globaalisti jo yli 2,200 miljardia euroa. Maailman suurin ETF-indeksiosuusrahasto pääomalla mitattuna on yhdysvaltain S&P 500-indeksiin sijoittava SPDR S&P 500 ETF, joka pitää sisällään varoja n. 157 miljardin euron edestä. Puhuttaessa suuruusluokasta, summaa voidaan verrata vaikkapa suomen bruttokansantuotteen, joka on ennakkotietojen mukaan vuonna 2012 n. 193 miljardia euroa. (Tilastokeskus Kansantalous 2013.)



ETF:ien päämarkkinat ovat USA:ssa, Englannissa, Saksassa sekä Ranskassa. Niiden kasvu on ollut tasaista ja ne ovat levittäytyneet useampaan pörssiin. Pohjoismaissa ETF-markkinat ovat vielä kasvuvaiheessa ja näin ollen myös vuosittaiset kasvuprosentit ovat suuria.

iShares on maailman johtava ETF:ien tarjoaja. iSharesin liiketoimintojen johtaja Geir Espeskov toteaa haastattelussa, että suomen ETF-markkinat ovat vielä kasvuvaiheessa. Monet suomalaiset eläkerahastot ja varainhoitajat ovat kuitenkin käyttäneet ETF:iä jo vuosia. Tästä voidaan todeta, että rahastot ovat olleet pääasiassa ammattisijoittajien käytössä. Espeskovin mukaan kansainväliset ETP-markkinat ovat kasvaneet vuodesta 2000 keskimäärin 30 % vuosittain. ETF-markkinoiden kasvu Euroopassa on ollut nopeampaa kuin muilla markkinoilla. Suomessa on kuitenkin havaittavissa mielenkiinnon lisääntymistä palvelutarjoajien ja sijoittajien keskuudessa. (Salkunrakentaja 2013.)

Yritysten välinen kilpailu asiakkaista ja markkinoista saa yritykset etsimään parempia kilpailukeinoja. Puhuttaessa kilpailusta laajemmin kuin palvelujen tasolla, on kilpailustrategian kannalta tärkeää valita kilpailukeino ja lähteä toteuttamaan sitä määritetysti. Porter määrittelee kolme perusstrategiaa joilla pärjätä kilpailussa. Ne ovat differointi, kustannusjohtajuus ja keskittyminen. Jokaista strategiaa käytetään eri tavoin segmentin valinnassa. Puhuttaessa differointi strategiasta, pyritään kilpailuetu saavuttamaan laajassa mittakaavassa, kun taas kustannusjohtajuudessa pyritään olemaan alan ainoa alhaisin kustannuksin tuottava yritys. Keskittymisstrategiassa kilpailuetu pyritään sen sijaan saavuttamaan pienessä segmentissä. (Porter 1991, 25-28.)

Nordnet pankin voidaan katsoa olevan Porterin mallissa lähimpänä kustannusjohtauuden strategiaa, sillä se on tällä hetkellä suomen halvin osakevälittäjä taloustaito-lehden (03/2013) tekemän puolueettoman tutkimuksen mukaan. Tutkimuksessa oli mukana yhdeksän arvopaperivälittäjää. (Tarkkamarkka 2013.)

Suomessa kilpailu ETF:ien markkinaosuuksista on koventunut ja uusia ETF-palveluja syntyy jatkuvasti. Useat pankit ja välittäjät ovat kehittäneet palvelujaan sekä tuoneet alalle uudenlaista osaamista. Kilpailun kiristyessä moni palveluntarjoaja on segmentoitunut tiettyyn osaamiseen ja asiakasryhmään. Nordnet pankki keskittyy toiminnassaan pääasiassa henkilöasiakkaisiin, kun taas esimerkiksi Evli pankki tarjoaa ETF osaamistaan varakkaille ja institutionaalisille sijoittajille kuten vakuutusyhtiöille. Evli pankilla on erikseen oma ETF-osasto, jossa työskentelee henkilöitä pelkästään ETF:ien parissa. (Arvopaperi 2010.)

Kilpailevat yritykset keräävät myös kilpailijatietoa liiketoimintaympäristöstä. Sitä voidaan kerätä julkisista tai epävirallisista lähteistä. Kilpailijatietoa on poimittua tietomateriaalia, jolla on merkitystä yrityksen liiketoiminnalle. Kilpailijatietoa voivat olla esimerkiksi tuotteet,

palvelut, uuden menetelmät tai vaikkapa toiminnan laajentaminen. Kun kilpailijatietoa osataan havainnoida, käyttää ja tulkita. Voidaan sitä hyödyntää myös menestyksekkäästi liiketoiminnassa. (Pirttilä 2000, 55-57.)

Evlin pankin analyytikon Niklas Tapolan mukaan ETF:t ovat sijoitusmaailman suosikkituote. Ne sopivat hyvin salkun rakentamiseen ja niiden ehdottomia valtteja ovat kulujen läpinäkyvyys ja kaupankäynnin helppous. ETF-rahastojen tarjonta myös korko puolella on lisääntynyt, joka on kasvattanut ETF:iin sijoitettuja rahastopääomia entisestään. (Salkunrakentaja 2013.)

Suomalaiset pankit ja osakevälittäjät ovat alkaneet markkinoimaan ETF:iä entistä enemmän. Myös ETF-rahastojen tarjoajat kuten iShares on lanseerannut suomenkielisen ETF-sivuston (iShares 2013.) Nordnetin ja muiden nettivälittäjien lisäksi myös perinteiset pankit, kuten Pohjola, Nordea ja Danske Bank tarjoavat nykyään verkkopankissaan erillistä ETF-palvelua. Samoin omaisuudenhoidon keskittyvät sijoituspalveluyritykset kuten Mandatum Life, Evli, Taaleritehdas sekä Front Capital ovat tuoneet ETF:t tuotevalikoimiinsa. Omaisuudenhoidon keskittyvät sijoituspalveluyritykset tavoittelevat vauraampaa asiakaskuntaa ja heitä palvellaan henkilökohtaisesti, ei verkossa. Näin ollen ne eivät kilpaile samassa segmentissä sähköisten ETF-palvelujen tarjonnassa.

USA:n osakemarkkinoilla muutamat ETF-tarjoajat ovat laskeneet ETF:ien välityspalkkiot nol- laan. Saksan suurin nettivälittäjä DAB Bank tarjoaakin Euroopassa ensimmäisenä ETF-kauppaa ilmaiseksi. DAB Bankin mukaan ETF-kaupankäynti nelinkertaistui sen jälkeen kun palkkiot poistettiin. Samoin Britanniassa toimiva arvopaperivälittäjä Stocktrade suunnittelee palkkiot- tomia ETF:iä. Deutsche Bankin ETF-palvelun db-x trackersin johtaja Thorsten Michalik arvioi, että viiden vuoden päästä ETF-palveluita tarjotaan Euroopassa ilmaiseksi. (Arvopaperi 2013.)

Myös yhdysvaltalainen ETF-tarjoaja Vanguard ennustaa tulevaisuudessa palkkioiden nolla lin- jaa. On jopa mahdollista, että ETF-tarjoajat maksavat asiakkailleen joidenkin rahastojen omistamisesta. Tämä johtuu siitä, että ETF-liikkeellelaskijan lainatessa rahaston arvopaperei- ta eteenpäin, voi toiminta olla voitollista. Alalla on kuitenkin eriäviä mielipiteitä ilmaisista palkkioista ja arvopaperilainauksen hyödyistä. (Morningstar 2013.)

Maaailman 10 suurinta ETF-rahastojen liikkeellelaskijaa hallittavien pääomien koon mukaan ovat iShares, State Street, Vanguard, Invesco Powershares, Deutsche Asset & Wealth Mana- gement (db x-trackers), Lyxor, Nomura Group ja WisdomTree investments ProShares ja Van Eck Global. Tämän lisäksi maailmalla on yhteensä 185 pienempää ETF-tarjoajaa. (ETP Lands- cape, Blackrock, 2013.)

Rahastot	ETF-tuotteet	Osakkeet
Voi merkitä ja lunastaa pankissa tai verkkopalvelussa	Pörssinoteerattu rahasto, jolla voi käydä kauppaa osakkeiden tavoin	Instrumentti, jolla käydään kauppaa pörseissä
Aktiivinen rahastonhoito	Passiivinen rahastonhoito	Vaatii omaa aktiivisuutta
Kohtuuhintaiset hallinnointipalkkiot	Alhaiset hallinnointipalkkiot	Ei hallinnointipalkkioita, vaan välityspalkkiot kaupankäynnistä
Mahdollisuus sijoittaa lukuihin omaisuusluokkiin ja strategioihin	Mahdollisuus sijoittaa lukuihin omaisuusluokkiin ja strategioihin sekä raaka-aineisiin sekä muihin kohde-etuuksiin.	Mahdollisuus sijoittaa kotimaaisiin ja ulkomaalaisiin yhtiöihin
Merkintä- ja lunastuspalkkiot sekä hallinnointipalkkiot	Kaupankäyntipalkkiot kuten osakkeilla ja hallinnointipalkkiot	Kaupankäyntipalkkiot riippuvat omasta aktiivisuudesta

Taulukko 2: Rahastojen, ETF:ien ja osakkeiden ominaisuudet

ETF-tuotteiden kehittyessä, on myös alettu kiinnittämään huomiota niiden sääntelyyn. Markkinoille on tullut niin sanottuja aktiivisia ETF:iä, jotka pyrkivät jäljittelemään perinteisiä sijoitusrahastoja tai käyttävät monimutkaisia strategioita tuoton tavoittamiseksi. Euroopassa on meneillään sääntelyhankkeita, jotka tulevat toteutuessaan nostamaan ETF-sijoittamisen kustannuksia. Sääntely kuitenkin parantaisi todennäköisesti toimintaympäristön ennustettavuutta ja rahastojen likviditeettiä. Toisaalta sääntelyhankkeet estäisivät ETF:ien kehittymistä. Muutostrendien vaikutuksia piensijoittajiin on vaikea arvioida, mutta luultavasti pankit ja sijoituspalveluyhtiöt pyrkisivät entistä läheisempään suhteeseen ETF-tarjoajien kanssa. Ernst & Youngin tutkimuksessa mainitaan myös ETF:ien tulevaisuudesta. Raportissa ennustetaan, että ETF-markkinoiden kasvu kohtaa keskipitkällä aikavälillä sijoittajien paon perinteisistä sijoitusrahastoista. Tutkimuksessa myös todetaan, että ETF:iä tullaan tarjoamaan entistä enemmän osana varakkaiden yksityishenkilöiden ja instituutioiden varainhoitoa. Tämä tulee lisäämään ETF:ien osuutta pankkien sijoitusneuvonnassa ja palveluissa. (Ernst & Young. 2013.)

### 3 Teoreettiset lähtökohdat

Työn teoreettisessa osuudessa aihetta tarkastellaan käsitteellisesti, jossa kohdetta pyritään kuvaamaan sen luonteen kannalta aidonmukaisesti. Teoriassa pyritään määrittelemään aiheen keskeiset käsitteet mahdollisimman monipuolisesti, jotta lukija pystyisi havainnollistamaan tutkimuksen viitekehyksen ja ymmärtämään asiakokonaisuuden. Teoreettisessa osuudessa kä-

sitellään palveluja sekä niiden kehittämistä, sähköistä liiketoimintaa ja niihin liittyviä verkko-palveluja sekä kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmiä.

### 3.1 Sähköinen liiketoiminta

Sähköinen liiketoiminta (englanniksi E-business) on sellaista yritystoimintaa, jossa käytetään tietoverkkoja, kuten internetiä sähköisen tiedon välittämiseen. Sähköisen liiketoiminnan ja kaupankäynnin tarkoituksena on täydentää jo olemassa olevia palveluja. Joskus se voi korvata perinteisen palvelun kokonaan, kuten esimerkiksi monet verkkokaupat tekevät. Sähköisen kaupankäynnin (englanniksi E-commerce) avulla asiakkaat tavoitetaan kustannustehokkaammin ja täsmällisemmin. Asiakkaan etsiessä palveluja verkossa ja ostaessa suoraan sieltä, jäävät ylimääräiset välikädet toimitusketjun ulkopuolelle, jolloin syntyy säästöjä sekä ostajalle, että myyjälle. (Paavilainen 1999, 17-21.)

Sähköinen liiketoiminta on käsitteenä laaja. Se käsittää toimintatapoja joita uusi teknologia mahdollistaa. Sähköisen kaupankäynnin lisäksi se kattaa tieto- ja viestintätekniikoiden käytön kaikissa liiketoiminnan osa-alueilla, kuten asiakassuhteiden ja materiaalivirtojen hallinnassa. Myös tietoverkkojen kautta tapahtuvat toimenpiteet kilpailuedun saavuttamiseksi kuuluvat sähköiseen liiketoimintaan. Yrityksen kannattaa hyödyntää sähköistä liiketoimintaa menestystekijöiden ja ydinosaamisalueiden kehittämisessä. Tieto- ja viestintätekniikoiden hyödyntäminen tuo uusia mahdollisuuksia liiketoimintaan. (Karjalainen 2000, 15-18.)

Sähköiset palvelut ovat kehittyneet internetin vanavedessä. Sähköisiä palveluja voidaan kuvailla rakennelmaksi, joka on noussut harjakorkeuteen työkalujen ja infrastruktuurin ansiosta. Internetin ensimmäisessä vaiheessa trendinä oli olla internetissä ja jokaisella yrityksellä tuli olla oma kotisivu. Toisessa vaiheessa kehittyi e-kauppa, jonka syntyyn vaikutti teknologian kehittyminen ja teknologiset innovaatiot. Kolmannessa vaiheessa palveluntarjoajat alkoivat ajatella enemmän asiakkaita ja heidän tarpeitaan ja näin syntyi e-business eli sähköinen liiketoiminta. Sähköisten palvelujen tarjoaminen on yrityksille nykyään arkipäiväistä. Yrityksille e-palvelut tuovat tehokkuutta ja säästöjä sekä väylän maailmanmarkkinoille. Internetin verkosto tarjoaa yrityksille uusia markkina- ja kuluttajasegmenttejä, joiden kautta kasvattaa myyntiä sekä yrityksen tuottoja. (Ahonen 2007, 58-64.)

Sähköisellä liiketoiminnalla tarkoitetaan sellaista liiketoimintaa, jota harjoitetaan yrityksen sisäisen tietokoneverkon tai julkisen tietoverkon eli internetin välityksellä esimerkiksi asiakkaiden tai muun yritysmaailman kanssa. Sähköistä liiketoimintaa voidaan kutsua myös nimikkeillä, nettiliiketoiminta, elektroninen liiketoiminta tai verkkoliiketoiminta. (Aalto, Halonen, Juote, Järvinen & Wihuri 2000, 55.)

Sähköisen liiketoiminnan kautta yritykset voivat tehdä parempaa tulosta tuotteiden ja palveluiden kautta. Sähköinen liiketoiminta lisää myös yritysten kilpailukykyä. Sähköisessä liiketoiminnassa hyödynnetään tietotekniikan ja viestintätekniikan ratkaisuja yrityksen liiketoimintaprosesseissa. Sähköiseen liiketoimintaan kuuluu esimerkiksi internet, puhelinjärjestelmät, tietoverkot, tietojärjestelmät ja sähköposti. Sähköisen liiketoiminnan kehittäminen on tärkeää, sillä sen merkitys on kasvanut teknologian kehittyessä. (Berg 2004, 10-12.)

### 3.2 Sähköiset ePalvelut

Sähköiset palvelut lisääntyvät nopeasti ja esimerkiksi pankkien palvelut ovat siirtyneet verkkoon. Myös valtio on lisäämässä sähköisiä palveluja ja pyrkii näin ollen parantamaan palvelujensa laatua ja saatavuutta. Sähköisiä palveluja kutsutaan myös ePalveluiksi. Sähköistämällä palveluita verkkoon, saavutetaan tehokkuutta, laadukkaampaa palvelua, sekä kustannussäästöjä. Jotta ePalveluita voidaan tarjota kaikille tasavertaisesti, tulee sähköisen palvelun kehittämisessä ottaa huomioon myös tekniset seikat, kuten laajakaistayhteyksien saatavuus. Palvelun tuottajien ja käyttäjien on muutettava toimintatapojaan, jotta ePalveluista saataisiin täysi hyöty. (Savon Sanomat 2012.)

E-palvelu on laaja käsite, jota voidaan käyttää monessa asiayhteydessä. Käsitettä käytetään usein puhuttaessa sähköisestä palveluympäristöstä. E-palvelu käsittää kaiken internetissä tapahtuvan asioimisen, kuten verkkopankit ja vakuutuspalvelut. (Ahonen 2007, 58-59.)

Ominaisuudet	ePalvelu	Perinteinen palvelu
Asiakkaan kohtaaminen	Verkon välityksellä	Kasvotusten
Palvelun saatavuus	Milloin tahansa	Normaaleina työaikoina
Palvelun saavutettavuus	Missä tahansa	Palvelun tarjoajan luona
Markkina-alue	Maaailmanlaajuinen	Paikallinen
Ympäristö	Sähköinen verkkosivusto	Fyysinen ympäristö
Erottuminen kilpailijoista	Vaivattomuus	Personointi
Asioinnin yksityisyys	Nimettömyys	Sosiaalinen vuorovaikutus

Taulukko 3: Perinteinen palvelu verrattuna sähköiseen palveluun (Ahonen 2007, 60.)

Elektroninen palvelu eli e-Palvelu käsittää kaikki interaktiiviset palvelut, joita tarjotaan internetissä. E-palvelu on internetissä sijaitseva palvelu, jonka kommunikoinnin rajapinnassa on käyttäjä, toisin sanoen asiakas. Sähköisillä e-palveluilla säästetään aikaa ja resursseja. Se nopeuttaa yritysten tiedonkulkua ja tehostaa toimintatapoja. Sähköisten palvelujen avulla resurssit voidaan kohdentaa tärkeimpiin asioihin kuten asiantuntija-, asiakaspalvelu- ja muihin prosesseihin kuten kehittämistyöhön e-palvelut tuovat myös kustannussäästöjä. Kun ma-

nuaalinen työ vähenee, syntyy myös vähemmän virheitä asioinnissa että tiedon käsittelyyn liittyvissä prosesseissa joka lisää osaltaan myös asiakastytyvääisyyttä. Sähköiset e-palvelut tehostavat asiakassuhteita hyödyntämällä internetin mahdollisuuksia olla vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Yrityksen integroidessa asiakastietoja yrityksen sisäiseen asiakastietojärjestelmään, saavutetaan hyötyjä jotka auttavat menestymään ja saavuttamaan parempia tuottoja liiketoiminnassa. (Gummerus 2011, 20-46.)

Nykyään voidaankin sanoa, että liiketoiminnan sähköistäminen on lähes välttämätöntä yrityksen menestymisen kannalta. Yritys menestyy, jos se pystyy vastaamaan nopeasti toimintaympäristön muutokseen. Teknologian kehittyminen luo paineita ja sen mukana pysyminen on välttämätöntä kilpailun kannalta. (Martin 2004, 29.)

### 3.2.1 Sähköinen liiketoiminta pankeissa

Tietotekninen kehitys on muuttanut perinteistä pankkiasiointia. Nykyään pankkikonttoriverkostoa korvaa ja täydentää internet-pankkipalvelut ja puhelinpankkipalvelut. Lisäksi mukaan ovat tulleet mobiilit palvelut ja älypuhelimet, joiden avulla asioida pankissa missä ja milloin vain. (Kontkanen 2011, 15.)

Pankkipalveluiden verkkoliiketoiminta käsittää palvelun markkinoinnin, myynnin sekä ylläpitoon liittyviä toimintoja ja palveluita. Verkkopalvelut kuitenkin edellyttävät asiakkailta oma-toimisuutta ja itseopiskelua. Asiakkaalla täytyy olla oma tietokone ja internet-yhteys joiden avulla päästä verkkoon. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 122-123.)

Verkkopalvelua voikin verrata itsepalvelutuotteeseen, jossa käyttäjä tekee valinnat itse. Palvelun käyttäjä voi kuitenkin muuttaa mielensä pienestäkin vastoinkäymisestä tai turhautumisesta ja vaihtaa palveluntarjoajaa. Verkkopalvelun luotettavuus on tärkein tekijä etenkin verkkopankeissa, jossa käsitellään rahaa. Vaikka palvelu koetaankin luotettavaksi, voi sen käyttö vaihtua toiseen, jos se koetaan hankalaksi. Hyvässä verkkopalvelussa sen osa-alueet toimivat saumattomasti, eikä käyttäjälle jää varaa virheisiin sen käytössä. (Garret 2011, 10-11.)

Sähköisessä pankkitoiminnassa on etuja verrattuna perinteiseen pankkitoimintaan. Sähköinen pankkitoiminta on tuonut kilpailuetua etenkin kustannussäästöjen kautta. Samalla se on mahdollistanut suuremman ja potentiaalisemman asiakaskunnan saavuttamisen. Sähköisestä pankkiasioinnista hyötyvät sekä asiakkaat että pankit. Asiakkaille verkkopankin käyttö on edullista ja usein jopa ilmaista. Verkkopalvelu mahdollistaa myös palveluja, joita ei edes konttoreissa ole tarjolla. (Kuusela & Rintamäki 2002, 63.)

Suomalaiset ovat olleet jo pitkään edelläkävijöitä sähköisten pankkipalvelujen kehityksessä. Pankissa asioidaan etenevissä määrin verkon kautta ja jo lähes 70 prosenttia suomalaisista käyttää pankkipalveluja verkon kautta. (Kontkanen 2011, 74-75.)

Pankkien välinen kilpailu ja kustannusten vähentäminen on johtanut konttoriverkostojen rajuun supistamiseen ja sähköisten palvelukanavien kehittämiseen. Nykyään konttoreista saa pääasiassa palvelua vain monimutkaisten tuotteiden osalta. (Koski & Villberg 2002, 63.)

### 3.2.2 Sähköinen arvopaperikaupankäynti

Arvopaperikauppa muuttui sähköiseksi vuonna 1992. Sitä ennen arvopaperit olivat fyysisiä papereita. Nykyään tiedot omistuksista ovat arvo-osuusjärjestelmissä, jossa asiakkaat säilyttävät omistuksiaan arvo-osuustileillä. Kaikki tiedot ja omistukset kulkevat siis sähköisissä tietojärjestelmissä. Suomessa arvopaperikeskuksena toimii Euroclear Finland, joka ylläpitää myös arvo-osuusjärjestelmää. (Kauppakamari 2013.)

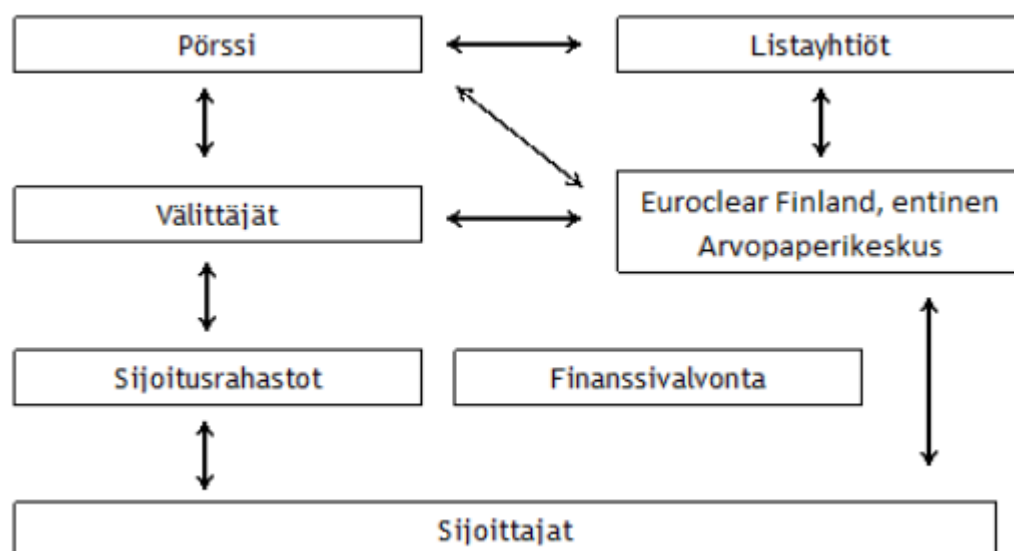
Pankit hakevat verkosta uusia palvelukanavia asiakkaille. Verkkopalvelujen tarkoituksena on tuoda asiakkaille vaihtoehtoisia tapoja palvella asiakasta paremmin. Verkkoliiketoiminta tukee näin ollen pankkien perinteisiä jakelukanavia kuten konttoreita. Pankit tarjoavat palveluja verkossa yrityksille ja kuluttajille. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 124-125.)

Sijoittaminen osakemarkkinoilla vaati pörssivälittäjän, jonka kautta käydä kauppaa. Suomessa välittäjinä toimii muun muassa Nordnet, Aktia, FIM, Danske, Evli, Saxo, Nordea ja Pohjola pankki. Kun välittäjä on valittu, täytyy sijoittajan tehdä asiakassopimus, jossa sovitaan arvo-osuustilin avaamisesta osakkeiden säilytystä varten. Yleensä sijoittajalle avataan myös rahatili, jonka kautta hoidetaan osakkeisiin liittyvää rahaliikennettä. Internet on mahdollistanut nopean ja kustannustehokkaan tavan käydä osakekauppaa vaikkapa omalta kotisohvalta. (Saario 2012, 28-29.)

Sähköisessä osakekaupankäynnissä verkossa toteutettavat kaupat menevät suoraan pörssin kaupankäyntijärjestelmään. Tätä kutsutaan myös online-sijoittamiseksi. Online-välityspalveluja tarjoavat pankit tarjoavat sijoittajalle pääsyn verkkopalveluunsa, jossa tehdä osakekauppaa. Sijoittajalla itsellään täytyy olla tietokone ja internetyhteys, jolla päästä verkkoon ja välittäjän tarjoamaan palveluun. Nykyään myös sijoittajan mobiilipalvelut tarjoavat mahdollisuutta käydä osakekauppaa esimerkiksi älypuhelimien tai tabletin kautta. (Danskebank 2013.)

Sähköinen osakekaupankäynti on sijoittajalle edullisempaa, mutta se myös vaatii enemmän kuin pankissa tai puhelimesta asiointi. Toisaalta asiakas voi aina hakea apua välittäjän käyttö-

tuen puolelta, joka on usein pankin oma asiakaspalvelu. Verkossa sijoittajan on helppo seurata osakemarkkinoita ja oman salkun arvon kehitystä. Sähköisen kaupankäynnin kautta sijoittajan on mahdollista sijoittaa myös ETF-rahastoihin, sijoitusrahastoihin ja moniin muihin sijoitusinstrumentteihin. Internetin valtakaudella myös ulkomaille sijoittaminen on helppoa ja reaaliaikaista. (Pörssisäätiö 2013.)



Kuva 4: Osakemarkkinoiden osapuolet (Opi osakkeet 2008, 54.)

### 3.3 Palvelun määritelmiä

Palvelut kuuluvat ihmisen jokapäiväiseen arkeen. Palvelut kuten ruokakaupat, parturit, sähkö ja bussiliikenne ovat palveluita, joita käytämme säännöllisesti. Nykyään ihmiset kuluttavat palveluja yhä enemmän ja siksi niiden kehittäminen on yhä tärkeämpää.

Palvelut ovat ainutkertaisia ja ne katoavat kuluttamisen jälkeen. Palveluita ei voi myöskään varastoida tai palauttaa. Palvelut saattavat vaihdella ja yrityksen lisäksi palvelutapahtumassa on mukana asiakas. Palvelukokemus on onnistunut, jos asiakas kokee tyytyväisyyttä vuorovaikutteisiin palvelutilanteen jälkeen. (Lämsä & Uusitalo 2003, 18-19.) Palveluita voidaan tarjota myös verkossa, jolloin puhutaan aineettomista palveluista. Näissä palvelu tapahtuu virtuaaliympäristöissä kuten verkkopankissa.

Palvelut ovat aineettomia asioita, joita tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Niitä voi ostaa ja myydä, muttei pudottaa jaloille. Palvelut tuottavat lisäarvoa, ajansäästöä ja helppokäyttöisyyttä. Joskus palveluun voi myös liittyä tavara, joka täydentää sen. Ihmiset käyttävät



palveluja eri muodossa, joten palvelu voi olla myös teko, suoritus, tai toiminta. (Ylikoski 2000, 17-20.)

Grönroos määrittelee palvelut prosesseiksi, jotka koostuvat aineettomista toiminnoista. Niissä toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin fyysisten tuotteiden tai palveluntarjoajien järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa. Ratkaisussa voivat toimia myös asiakas ja palveluyöntekijä tai yritys. (Grönroos 2001, 78-79.)

Palvelut	Fyysiset tuotteet
Omistajuus ei siirry	Omistajuus siirtyy
Asiakkaat osallistuvat tuotantoon	Asiakkaat eivät tavallisesti osallistu tuotantoon
Ei voi varastoida	Voidaan varastoida
Toiminto tai prosessi	Asia
Heterogeenisiä	Homogeenisiä
Aineettomia	Konkreettisia
Ydinarvo tuotetaan ostajan ja myyjän vuorovaikutuksessa	Ydinarvo tuotetaan tehtaassa
Tuotanto, jakelu ja kulutus ovat samanaikaisia prosesseja	Tuotanto ja jakelu erillään kulutuksesta

Taulukko 4: Palveluiden ja fyysisten tavaroiden erot (Grönroos 2001, 81.)

Palveluilla pyritään täyttämään asiakkaan tarve. Palvelut jaetaan usein ydin-, ja liitännäispalveluihin. Ydin on se, joka vastaa asiakkaan oleelliseen tarpeeseen. Nordnet pankissa ydin on palvelun kaupankäyntimahdollisuus arvopapereilla, joka on koko toiminnan perusta. Liitännäispalveluiksi voidaan kutsua ETF-palvelua, joka vastaa asiakkaan tarpeeseen käydä kauppaa ETF:llä. Ilman mahdollisuutta käyttää ydinpalvelua, ei voisi ostaa ETF-rahastojakaan. (Miettinen 2011, 43-44.)

### 3.3.1 Palvelun laadun kehittäminen

Palvelut ovat aineettomia, eikä niitä voi säilyttää. Palveluiden tuottamisessa asiakas on keskeisessä roolissa. Ideointiin voi asiakkaiden lisäksi osallistua yrityksen omat työntekijät ja lähteitä voidaan ottaa myös kilpailijoiden palveluista. Uusi teknologia tuo myös mukanaan uudenlaisia palveluita ja näin ollen niiden kehitys voi olla teknologialähtöistä. (Fitzsimmons & Fitzsimmons 2006, 78-80.)

Palvelun laatu, toteuttaminen ja sen kehittäminen, on eräs palveluyritysten keskeisistä päämääristä. Hyvä laatu sisältää jatkuvaa oppimista ja kehittymistä. Voidaan myös sanoa, että hyvä palvelun laatu ei ole koskaan valmis. Jos yritys asettaa liian määritellyt mittarit laadun seuraamiseen, voivat ne vaikuttaa negatiivisesti palvelun laadun kehittämiseen ja olla näin esteenä muutoksille. Palvelun laadun kannalta on hyvä, jos työyhteisö tarjoaa mahdollisuutta yhteiseen oppimiseen ja prosessien vaikuttamiseen. Palvelun laadussa tulee ajatella asiakas-keskeisyyttä, jossa huomioidaan asiakkaan tarpeet ja toiveet. Yritysten tulee pystyä vastaamaan asiakkaiden odotuksiin, joka voi olla joskus haasteellista, sillä aina asiakaskaan ei tiedä omia odotuksiaan palvelun laadusta. (Lämsä & Uusitalo 2003, 22-25.)

Yritykset voivat ottaa myös asiakkaat mukaan palvelun laadun kehittämiseen. Näin asiakkaille annetaan mahdollisuus esittää kehitysideoita, joilla he voivat vaikuttaa itse palvelusta saatavaan hyötyyn. Asiakkaat on hyvä ottaa mukaan palveluiden kehitykseen etenkin silloin, jos he käyttävät sitä aktiivisesti. (Ylikoski 2000, 171.)

Sähköisessä maailmassa palvelut ovat avain menestykseen. Sähköiseen palveluun tyytymättömät asiakkaat kertovat kaksi kertaa enemmän kokemuksistaan kuin tyytyväiset asiakkaat. Tutkimusten mukaan he myös jakavat neljä kertaa todennäköisemmin negatiiviset kokemuksensa keskustelupalstoilla. Asiakkaat myös vertailevat palveluja keskenään ja kertovat niistä eteenpäin. Sähköinen palvelu ei eroa henkilökohtaisesta palvelusta, vaan palvelun laadun pitää olla yhtä hyvää. Sähköisessä verkossa palvelu käsittää asiainnoin kokonaisuuden ja tämän takia palvelun helppokäyttöisyys ja luotettavuus nousee avainasemaan. (Zemke & Connellan 2000, 12-25.)

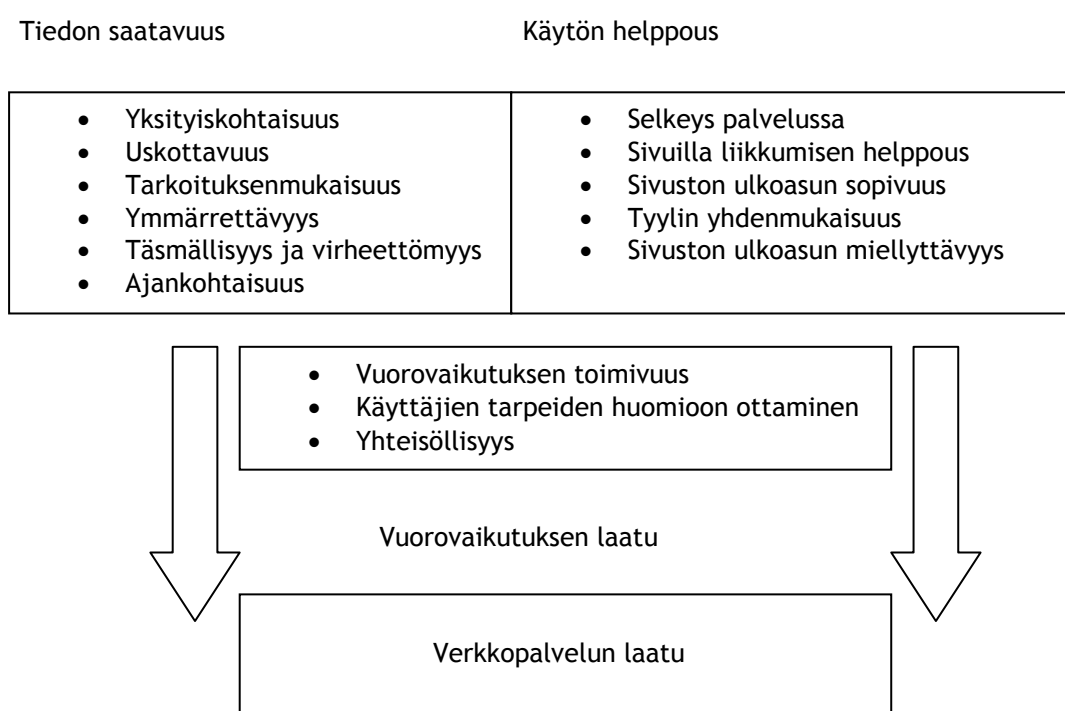
Palvelualoilla asiakkaiden tyytyväisyysasteella on suuri merkitys. Palvelun kiitettävän laadun saavuttaminen ja sen ylläpitäminen on vaikeampaa kuin fyysisillä tuotteilla. Asiakkaat reagoivat helposti palvelun virheisiin ja asiakkaan miellyttäminen on sitä vaikeampaa, mitä enemmän palvelu sisältää toimintoja. Yritysten kannattaa ylläpitää hyvää laatua, vaikka se kustantaa enemmän, sillä se tuottaa kannattavammin kuin huono ja halpa laatu. (Horovitz 1992, 33-38.)

Nykypäivän kilpailuyhteiskunnassa palvelun laadusta on tullut kilpailukeino. Laadukkaalla palvelulla erotutaan kilpailijoista sekä hankintaan uusi asiakkaita. (Kuusela 2002, 117.) Asiakkaan tarpeet tulee selvittää ennen palvelun kehittämistä, vaikka kehitystyö tehtäisiinkin yrityksen omin voimavarojen. Johtolankana tulee olla asiakkaan tarve, jonka takia palvelua kehitetään. (Rissanen 2007, 275-288.)

Finanssialan yritykset voivat erottua kilpailijoista panostamalla laatuun ja huolenpitoon. Teknologian kehittyessä yritykset myös investoivat sähköisiin palveluihin ja kanaviin. Haasteena on

yhdistää henkilökohtainen asiakaspalvelu ja sähköinen palvelu siten, että palvelukokemuksen arvo kasvaa. Palvelut ja menettelytavat tulee rakentaa siten, että asiakas tuntee että hänestä pidetään huolta, ja että häntä arvostetaan. (Ylikoski 2006, 55-57.)

Verkkopalvelua rakentaessa tai kehittäessä voidaan käyttää erilaisia työkaluja. WebQual-työkalun avulla voidaan arvioida, onko kaikki arviointikohdat huomioitu verkkopalvelun laadussa. Mitattaessa internetin palvelun laatua, puhutaan E-Commerce Quality malleista. Nämä ovat mittausmenetelmiä, jotka yrittävät määrittää palvelun tekijöitä, jotka saavat aikaan asiakastyytyväisyyttä ja uudelleenkävijöitä sivuille. (Barnes & Vidgren 2002, 114-120.)



Kuva 5: Internet-sivujen laadun mittareita, WebQual. (Barnes & Vidgren 2002, 114-120.)

### 3.3.2 Palvelun käyttäjät kehitystyössä

Asiakkaita täytyy kuunnella, jotta osataan tuottaa kokonaisvaltaista palvelua. Usein asiantuntijayritysten ongelmana ei ole asiakkaan tunteminen tai löytäminen, vaan asiakkaan tuntemus, jota tarvitaan palvelun rakentamisessa. (Sipilä 1999, 314.)

Asiakaslähtöisessä palvelujen kehittämisessä asiakkaalta on kerättävä tietoja, jotta toimintaa voidaan kehittää. Tietoja voidaan kerätä esimerkiksi haastatteluin ja kyselyin. Monesti puhutaan myös syvällisestä asiakastarpeiden ja käyttäytymisen ymmärtämisestä. (Arantola 2006, 53.) On kuitenkin mahdotonta tyydyttää kaikkia verkkopalvelun käyttäjiä, sillä käyttöliitty-

män ulkoasu jakaa aina mielipiteitä. Hyvä graafinen toteutus lisää kuitenkin palvelun kiinnostavuutta. (Metsämäki 2000, 20-50.)

Palvelujen tarjoajalle on tärkeää saada käyttäjät mukaan palveluun, sekä rakentaa luottamus palvelun toimintaan. Palvelun luottamuksen ansaitseminen on pitkäjänteinen prosessi, jonka menettäminen voi heikentää sen saamista takaisin. Internet-palvelun tulisi olla käyttäjälle selkeä ja helppokäyttöinen. Palvelun tulisi myös luoda selkeä tarve, jotta se voisi menestyä. Palvelu tuottaessa pettymyksiä olisi tärkeää, että sen tarjoaja saisi tästä tiedon. Näin palvelua voidaan parantaa. Nykyisten asiakkaiden käyttäjäkokemusten kartoittaminen ja kehitysideoiden kerääminen auttaa yritystä saamaan uusia asiakkaita palvelun käyttäjiksi. Yritysten kannattaakin hyödyntää nykyisten asiakkaiden suosituksia ja käyttäjäkokemuksia uusasiakashankinnassa. (Shneiderman 2000, 57-59.)

### 3.3.3 Asiakaslähtöiset palvelut

Asiakkaat arvostavat palveluiden tuomaa hyötyä. On tärkeää, että palvelu tuo hyötyä etenkin asiakkaan omiin tarpeisiin ja tavoitteisiin. Arvoa saadaan aikaiseksi parhaiten, kun yritys ja asiakas kehittävät palvelua yhdessä. Palveluntuottajan ymmärtäessä asiakasta, ymmärretään myös asiakkuudesta syntyvää arvoa. Tämä auttaa yritystä kehittämään palvelua asiakaslähtöisemmäksi ja tuo uusia menestystekijöitä liiketoimintaan. (Arantola & Simonen 2009, 2-4.)

Opinnäytetyössä puhutaan verkkopalvelujen käytettävyydestä. Käytettävyydellä tarkoitetaan yleensä mittaria, jolla voidaan tarkastella kuinka miellyttävästi ja tehokkaasti palvelu toimii. Käsitteeseen liittyy myös oleellisesti helppokäyttöisyys ja opittavuus, joita käytetään etenkin verkkopalvelua arvioitaessa. Verkkopalvelun käytettävyys on kiitettävä, kun sen kokonaisuus on ominaisuuksiltaan helppokäyttöinen. Kiitettävä verkkopalvelu palvelee sen käyttäjää tarpeiden mukaan jokaisessa sille tarkoitetussa käyttöympäristössä. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 19-21.)

Hyvin suunnitellussa verkkopalvelussa sen käyttäjä tottuu lyhyessä ajassa käyttämään sitä. Tavoitteena on, että käyttäjän ei tarvitse arvioida linkkien merkitystä ja miettiä tapahtuuko tästä painikkeesta se mitä tarkoitetaan. Näin ollen linkit ja osiot tulee suunnitella selkeiksi ja kuvaaviksi. Onnistuneesti toteutettu verkkopalvelu vaatii jatkuvaa kehittämistä ja tarkastelua. Yrityksen on huolehdittava myös palvelun avainhenkilöiden osaamistasosta ja koulutustarpeista. (Häggman 2001, 14-15.)

Ahonen on maininnut 12 käytettävyyssuuttujaa, jotka on hyvä ottaa huomioon verkkopalvelun suunnittelussa.

1	Tehokkuus, säästääkö sivusto aikaa?
2	Turvallisuus, onko turvallista käyttää?
3	Informatiivisuus, tiedon määrä ja laatu?
4	Esteettisyys, sivuston miellyttävyys?
5	Selkeys, onko tieto esitetty selkeästi?
6	Opittavuus, onko sivustoa helppo käyttää?
7	Muistettavuus, löytääkö tiedot uudestaan?
8	Lisäpalvelut, mitä lisäpalveluita on tarjolla?
9	Vuorovaikutteisuus, yhteys yritykseen?
10	Nautittavuus, onko käyttö nautittavaa?
11	Mielikuvat, ymmärretäänkö käyttäjiä?
12	Käyttäjätuki, tarjoaako sivusto tukea?

Taulukko 5: Käytettävyyssuuttujat (Ahonen 2007, 76.)

Internet sivuston suunnittelussa yrityksen tulee miettiä palvelun loogisuutta ja kiinnostavuutta sekä asiakkaan saavutettavuutta. On myös hyvä pohtia tukeeko sivusto yrityksen tuotteen, tai palvelun brandia ja onko niiden linja yhtenäinen. Sivuston ulkonäön suunnittelussa on kiinnitettävä erityistä huomiota grafiikkaan, tekstin sijoitteluun, sekä sivujen sisältöön. Suunniteltaessa kotisivuja yrityksen tulee muistaa että se on linkki yrityksen ja asiakkaan välillä. Muita tärkeitä seikkoja ovat sivuston tarkoitus ja sen kohderyhmä, sekä mitä sivustolla halutaan saavuttaa ja onko tarkoituksena:

- Myydä tuotteita
- Tukea asiakaspalvelua
- Saavuttaa potentiaalisia asiakkaita
- Rakentaa brandia
- Myydä ajankohtaista tietoa
- Saada mahdollisimman paljon kävijöitä
- Kansainvälistyä
- Kartoittaa asiakkaiden tarpeita
- Tai jokin muu tarkoitus

(Paavilainen 1999, 25-35.)

Verkkopalvelut tuovat paljon asiakashyötyjä, mutta ne voidaan kokea myös kasvottomiksi, sillä niistä puuttuu inhimillinen vuorovaikutus. Moni suomalainen pankki pohtiikin kuinka

verkkoasiointiin saataisiin lisää vuorovaikutteisuutta. Onkin hyvin mahdollista, että tulevaisuudessa asiakas chättäilee pankin asiakaspalvelija kanssa reaaliaikaisesti. Suomessa Danske Bank on ottanut ensimmäisenä pankkina käyttöön reaaliaikaisen verkkotapaamisen, jossa asiakas on interaktiivisessa näköpuhelussa pankkivirkailijan kanssa. (Danske Bank 2013.)

Storbackan mukaan asiakaslähtöisyyden avaintekijät ovat arvontuotanto, saavutettavuus ja vuorovaikutteisuus. Arvontuotannossa arvo luodaan yhdessä asiakkaan kanssa. Mukana prosessissa ovat sekä yritys että asiakas. Välitön arvo sisältää tuotteiden ja lupauksen antamisen korvauksia vastaan. Välillinen arvo taas syntyy oppimisesta, kehittymisestä, sekä tunnearvoista. Saavutettavuudella tarkoitetaan yrityksen kykyä olla tavoitettavissa asiakkaan tarpeiden mukaan. Asiakas saa yhteyden yritykseen tarvittaessa ja lähestyminen on helppoa. Yrityksen tulee palvelulla asiakasta ja tarjota tietoa vaikka kellon ympäri, esimerkiksi sähköisesti. Viimeinen asiakaslähtöisyyden avaintekijä on vuorovaikutteisuus. Tämä tarkoittaa yrityksen kykyä kehittää tarjontaansa asiakkaan tarpeiden mukaan. Vuorovaikutteisuus käsittää myös tiedonvaihdon kehittämisen yrityksen ja asiakkaan välillä. (Storbacka 1999, 23-25.)

Asiakastyytyväisyys on laatua laajempi käsite, ja palvelun laatu on vain yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Asiakaskeskeisissä organisaatioissa kuten Nordnetissa, tavoitteisiin pyritään asiakastyytyväisyyden kautta. Tämä vaatii tutkimusta siitä, mikä tekee asiakkaat tyytyväiseksi. Asiakkaan kokemaa tyytyväisyyttä voidaan tarkastella kokonaisuutena tai yksittäisen palvelukokemuksen perusteella. Yksittäinen palvelukokemus vaikuttaa organisaation asiakastyytyväisyyteen kokonaisuutena. Asiakkaalle palvelukokemus muodostuu näin ollen koetusta arvosta, asiakastyytyväisyydestä sekä palvelun laadusta. Näistä kolmesta palvelun laadulla on tärkein merkitys asiakastyytyväisyyteen, joten palveluorganisaatioiden kannattaa pyrkiä erinomaiseen laatuun sillä se on myös kilpailuetu. (Ylikoski 1999, 149-155.)

Finanssialalla asiakkaan tyytyväisyys muodostuu Ylikosken mukaan neljästä seikasta, jotka ovat asiakasedut, palveluympäristö, ominaisuudet ja asiakkaan huolenpito. Muita tekijöitä ovat palvelujen helppokäyttöisyys, palvelun hinta, asiakaspalveluprosessit sekä palvelun käyttämiseen liittyvät tekijät. (Ylikoski ym. 2006, 56.) Asiakasuskollisuus ja asiakastyytyväisyys ovat tärkeitä seikkoja, mutta myös hyötyä ja arvoa tuottavat kokemukset ovat tärkeitä. Siksi näiden seikkojen ymmärtäminen on tärkeää palvelua kehitettäessä.

### 3.3.4 Sähköisten palvelujen kehittäminen

Nykyään palveluntarjoajien haasteet eivät liity palvelujen ja tuotteiden verkkotarjontaan, sillä nykytekniikka mahdollistaa niiden toteutuksen. Haasteet liittyvät enemmän palvelujen helppokäyttöisyyteen ja luotettavuuteen, mutta myös visualisuuteen. Verkossa yrityksen käyntikorttina toimii internet-palvelu ja sen toimivuus. Tämä käsittää palvelun verkkoihmeen

ja kokonaisuuden, jolla pyritään korvaamaan fyysisen palvelun kokemus. Verkkoilme kuva-  
taakin yrityksen palvelukulttuuria kokonaisuudessaan. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 7.)

Palvelun käyttäjäkeskeinen suunnittelu ja sen toteuttaminen käyttäjäkokemuksen pohjalta,  
luo palvelun jota asiakkaat käyttävät. Suunnittelussa tulee lähteä siitä, ketkä ovat palvelun  
nykyisiä ja potentiaalisia asiakkaita ja mitä he haluavat. Hyvä ja helppokäyttöinen palvelu  
myy paremmin, joten verkkopalveluun kannattaa investoida. Sinkkonen mainitsee kirjassaan  
että verkkopalvelun tulee ymmärtää sen käyttäjää, jotta navigointi ja asioiden löytäminen  
sujuisi nopeasti. Asiakkaan tulee myös tuntea palvelun reitit ja sen toiminnot luonnollisella  
tavalla. Palvelussa tulee myös olla opastus ongelmatilanteiden sattuessa, jotta asiakas tietää  
miten toimia. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 27-36.)

Verkkopalvelua kehitettäessä on otettava huomioon palvelun navigointi. Asioiden tulee olla  
yksinkertaisen selkeästi esillä ja ne tulee löytää helposti. Verkkopalvelun on oltava myös te-  
hokas ja helppokäyttöinen. Palvelussa käytettävien termien tulee myös olla käyttäjän käsite-  
maailmasta tai muuten palvelun käyttö ja asioiden löytäminen vaikeutuu. Palvelun tulisi sisäl-  
tää vain ne toiminnot, joita sen käyttäjät tarvitsevat, sillä ylimääräiset toiminnot heikentävät  
palvelun käyttöä. Verkkopalvelun visuaalisessa suunnittelussa on hyvä tuoda esille yrityksen  
brändi, sillä näin käyttäjät tunnistavat yrityksen palvelun. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009,  
35-37.)

Verkkopalvelun on hyvä olla kehittynyt ja helppokäyttöinen, jotta sen käyttö sujuu asiakkaal-  
ta helposti. Liian monimutkainen verkkopalvelu lisää asiakkaiden kyselyjä käyttöön ja ongel-  
matilanteisiin liittyen. Finanssialan verkkopalvelut ovat nykyään erittäin kehittyneitä, mutta  
siitä huolimatta yksinkertaisia palveluja käytetään eniten. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006,  
124.)

Sähköisen liiketoiminnan suunnitelmien tulisi seurata niitä tavoitteita, mitä yritys on strate-  
giassaan määritellyt. Kehittämissuunnitelmien ja kohteiden tulee olla perusteltuja eikä tek-  
niikkaa nähdä itsetarkoituksena. Kun toimintaa kehitetään tavoitteiden mukaan tekniikkaa  
käyttäen, saavutetaan paras lopputulos. Sähköinen liiketoiminta on kytköksissä moneen yri-  
tystoiminnan osa-alueeseen, joista Berg listaa neljä osa-aluetta:

1. Yrityksen strateginen kehittäminen
2. Toimintatapojen ja prosessien kehittäminen
3. Osaamisen kehittäminen
4. Tieto- ja viestintätekniisten ratkaisujen kehittäminen

(Berg 2004, 15-20.)

## 4 Empiirinen tutkimus

Empiirinen eli kokemusperäinen tutkimus pyrkii havainnoinnin ja mittaamisen avulla selvittämään tutkittavaa ilmiötä. Opinnäytetyön empiirinen osuus suoritettiin haastattelututkimuksen muodossa. Empiirinen osuus sisältää haastateltavien omakohtaisia kokemuksia sekä ETF-palvelusta tehtyjä havaintoja, joita peilataan teoriaosuudessa esiin tuotuihin asioihin. Osuudesta on rajattu pois tutkimuskysymysten kannalta merkityksettömät asiat, kuten tarkentavat tuotekohtaiset kysymykset. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2000, 126-127.)

Tutkimuksen toteuttaminen on luova ja erittäin monisäikeinen prosessi, joka alkaa yleensä aiheen valinnalla ja rajaamisella. Voidaankin todeta, että hyvä tutkimusaihe on hyvän tutkimuksen alku. Tämä opinnäytetyö lähti käyntiin toimeksiantajan ja aiheen valinnalla. Tämän jälkeen rajasin aiheen ETF-palveluihin ja aloin tutustumaan teoriaan ja aikaisempiin tutkimuksiin. Tutkimusmenetelmän valinta oli helppo, mutta tutkimustyyppin valinnassa oli pohdittavaa. Aluksi ajattelin yksilöhaastatteluja, mutta ohjaajan kanssa keskusteluani päädyin ryhmähaastatteluun mikä valittiin myös tutkimusmenetelmäksi.

Opinnäytetyön tutkimusaineistoa kerättiin kirjallisista ja sähköisistä lähteistä. Kirjallisuutta löytyi hyvin mm. kirjastoista, korkeakoulujen kirjastoista, sähköisistä lähteistä sekä lehdistä. Teoriaosuus rakentui koko tutkimusprosessin ajan ja se muotoutui tutkimuksen edetessä. Pyrin käyttämään opinnäytetyössäni monia lähteitä, jotta teoriapohja olisi mahdollisimman kattava. Käyttäessäni artikkeleita, pyrin löytämään uskottavia ja tuoreita lähteitä. Prosessin aikana tein myös lukuisia muistiinpanoja ja olin vuorovaikutuksessa opinnäytetyöni ohjaajan kanssa.

### 4.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavan kohteen ymmärtäminen on keskeisessä roolissa. Tutkija pyrkii kartoittamaan tutkittavan kohteen ennen tutkimuksen aloittamista. Tässä vaiheessa tutkija kerää aineistoa eri lähteistä ja pyrkii saavuttamaan aineiston kylläntymisen eli aineiston riittävään määrään. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2000, 181.)

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston teksti on syntynyt tutkijasta riippuen tai riippumatta. Teemahaastatteluissa aineisto on syntynyt tutkijasta riippuen. Tutkimusvaiheessa tutkittavien näkökulmat pyritään selvittämään, jolloin myös tutkittavan ilmiön tulee säilyä sellaisenaan kuin se oli ennen haastattelua. Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa aineiston laadulla on enemmän merkitystä kuin sen määrällä. Aineiston otanta tulee suorittaa harkinnanvaraisesti ja analysointi huolellisesti. (Eskola & Suoranta 2000, 14-19.)



#### 4.1.1 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta. Reliaabelius tarkoittaa, että tutkimuksesta saadaan samoja tuloksia jokaisella tutkimuskerralla eivätkä ne ole sattumanvaraisia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 213-215.)

Opinnäytetyötä voidaan pitää reliaabelina, sillä se voidaan toistaa helposti ja tutkimustulokset eivät riipu tutkijasta. Haastattelut suoritettiin tarkoin valituille henkilöille, joka mahdollisti korkean objektiivisuuden. Tutkimuksen validiuksella tarkoitetaan mittarin kykyä mitata juuri tutkittavaa asiaa. Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen luotettavuutta edistettiin rennolla ja luottamuksellisella haastattelusessioilla, jossa haastateltavat pystyivät tarvittaessa pyytämään tarkennusta teemahaastattelun kysymyksiin. Tutkimuksen kannalta on tärkeää saavuttaa luottamus haastattelijan ja haastateltavan välille ja sopeutua tilanteeseen mahdollisimman neutraalisti. (Eskola & Suoranta 2000, 92-94.)

Haastattelujen alussa kerroin, että tutkimuksen tarkoituksena oli kehittää Nordnetin ETF-palveluja eikä yksilöitäviä tietoja kerrottaisi kenellekään. Tämä lisäsi ja paransi mittaustilanteen validiutta. Haastateltavien suuri motivaatio osallistua tutkimukseen lisäsi myös osaltaan validiutta. Validius piti muistaa koko tutkimuksen ajan, sillä tutkimustilanteessa keskustelut meinasivat ajautua aiheen ulkopuolelle. Näin ollen jouduin puuttumaan ja rajaamaan keskustelun takaisin tutkittavaan ongelmaan.

Tutkimus on myös validi, sillä olen laatinut kuvaukset teemahaastatteluista ja liittänyt selitykset ja tulkinnat niiden tueksi. Haastelussa validiteetilla tarkoitan kysymysten asettamista tutkimuksen tarkoitusta vastaavaksi. Kun tutkimukseen osallistuneet henkilöt ovat ymmärtäneet kysymykset samoin kuin tutkija itse, ovat vastauksetkin valideja. Tutkimusta voidaan pitää validina, koska siinä tutkittiin juuri niitä asioita, joita oli tarkoituskin tutkia. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 213-215.)

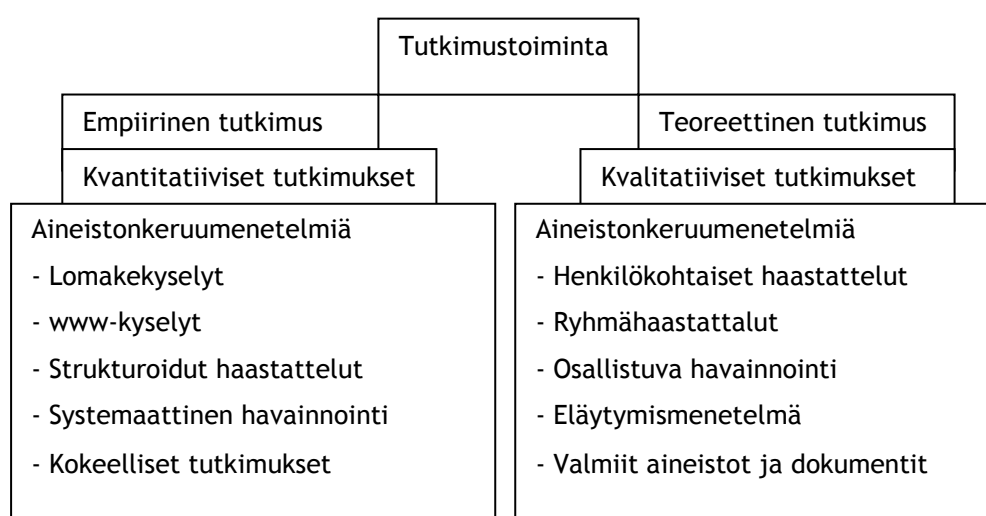
#### 4.1.2 Aineiston keruu ja otos

Aineiston keruu toteutettiin haastattelemalla, koska tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa sijoittajien kokemuksia ETF-palvelun käytöstä. Haastattelu on erittäin yleinen tiedonkeruumenetelmä kvalitatiivisessa tutkimuksessa, sillä se on joustava ja kätevä tapa kerätä tietoa tutkittavasta ilmiöstä. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 35.)

Ryhmähaastattelussa osallistuvien täytyy olla samankaltaisia tutkittavan asian, sukupuolen ja iän suhteen. On myös parempi, jos haastateltavat eivät tunne toisiaan. Ryhmähaastattelun

ihanteellinen koko on 4-6 henkilöä, jossa haastateltavien keskinäinen ryhmädynamiikka tuottaa uutta tietoa kohteena olevasta asiasta. (Jokinen & Koskinen 2001, 301-309.)

Tutkimusote voi olla kvalitatiivinen eli laadullinen tai kvantitatiivinen eli määrällinen. Se kumpi mentelmä valitaan riippuu tutkimusongelmasta ja tutkimuksen tarkoituksesta. Joissain tutkimuksissa kannattaa valita molemmat tutkimusotteet täydentämään toisiaan. Kvantitatiivista tutkimusta käytetään esimerkiksi tilastollisessa tutkimuksessa kun taas kvalitatiivista selvitetessä ei mitattavia asioita. Tutkimus voidaan jakaa empiiriseen ja teoreettiseen tutkimukseen, jotka määrittelevät tutkimusotteen ja tutkimuksen jatkumisen. (Heikkilä 1998, 13-16.)



Kuva 6: Tutkimustoiminta (Heikkilä 1998, 13.)

Tutkimusaineisto kerättiin loka-marraskuussa 2013. Haastatteluryhmiä oli kaksi, joista molempiin haastatteluryhmiin osallistui viisi ETF-palvelun käyttäjää, yhteensä 10 henkilöä. Haastateltavat valittiin tutkimukseen ETF-palvelun käyttäjistä. Otokseen poimittiin sijoittajia, jotka olivat itse lähestyneet pankkia ETF-palvelun kehityksen merkeissä tai lähettäneet kehitysehdotuksia. Valitakriteereitä olivat myös palvelun käyttökokemukset sekä halukkuus osallistua palvelun kehittämiseen, joka lisäsi osaltaan tutkimuksen luotettavuutta.

Monesti käytettävyyteen liittyvät asiat selviävät parhaiten kysymällä suoraan palvelun käyttäjältä. Haastattelut sopivat menetelmänä tutkimaan sitä, kuinka käyttäjät kokevat palvelun ja mistä ominaisuuksista he pitävät ja mistä eivät. Haastattelujen avulla saadaan laadullista tietoa käyttäjien tyytyväisyydestä, innostuksesta ja asioista joita muuten olisi vaikea tutkia. Kysymällä voidaan selvittää myös tutkittavien toiveet ja näkemykset järjestelmien tai palveluiden käytettävyydestä. (Nielsen 1993, 209-225.)

#### 4.1.3 Aineiston analysointi

Tutkimuksen tulokset analysoitiin marraskuussa 2013 ja se tehtiin aineiston sisällönanalyysin menetelmin, joka kuuluu laadullisen tutkimuksen piiriin. Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää aina kun tehdään laadullista tutkimusta. Sisällönanalyysin tarkoituksena on esittää tutkimusmateriaali tiivistetyssä ja yleisessä muodossa. Laadullinen tutkimus perustuu sisällönanalyysiin, jos tarkoituksena on kirjoitettujen, nähtyjen tai sisältöjen analysointi. Sisällönanalyysi etenee seuraavasti: aiheen ja tutkimusongelman valitseminen, aineiston litteroiminen, aineiston teemoittelu sekä yhteenvedon kirjoittaminen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 92-93.)

Sisällönanalyysia voidaan lähestyä monella tapaa, sillä se on erittäin laaja käsite. Tässä työssä olen käyttänyt teoriasidonnaista analyysia, jossa valmiit teoriat ja aineisto prosessoivat keskenään. Olen pyrkinyt johtopäätöksiin yhdistelemällä tutkimusaineistoa ja viitekehystä, jossa peilataan teorioihin ja käsitejärjestelmiin. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 94-99.) Tällä analyysimenetelmällä pyritään saamaan kuvaus yleisessä muodossa johtopäätöksiä varten ja se sopii hyvin puolistrukturoidun tutkimusaineiston käsittelyyn.

Aineisto purettiin kirjoittamalla aineisto tekstiksi nauhoitetusta keskustelusta. Aineiston purkamisen jälkeen tutustuin aineistoon tarkemmin lukemalla sen läpi muutamaan kertaan. Samalla vertasin tekemiäni muistiinpanoja tekstiin, jotta osaisin huomioida kokonaisuuden ennen analysointia.

Aineistoa luettaessani pystyin havaitsemaan samankaltaisuuksia haastateltavien vastauksissa. Koko analyysivaihe muodostui hyvin pitkälti oman intuition varassa. Analysoin tulokset tekemällä päätelmiä suoraan tallenteelta, sillä se on helpointa, kun haastateltavia tai materiaalia on vähän. Teemoittamisen eli aineiston pelkistämisen jälkeen tutkin aineistoa teorialähtöisen sisällönanalyysimenetelmän keinoin, jossa analyysin luokittelu perustuu aikaisempaan viitekehukseen eli teoriaan. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 137-142.)

Tarkastelujen pohjalta havainnoin tuloksia, jotka liittyivät haastatteluissa esiintyneisiin teemoihin. Laadullisessa tutkimuksessa teorialähtöisen analyysin päättelyä voidaan pitää logiikkaitaan deduktiivisen päättelyn kaltaisena, johon kuuluu idea yleisestä yksityiseen. Teemoittamisessa ydin on sen sisällössä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 98-113.)

#### 4.1.4 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu kuuluu laadullisiin tutkimusmenetelmiin. Se etenee nimensä mukaisesti tiettyjen teemojen varassa. Kun yksityiskohtaisia kysymyksiä ei esitetä, tuo se tutkittavien

äänen kuuluviin ilman, että tutkija vaikuttaisi vastauksiin. Teemahaastattelussa tutkittavien tulkinnat asioista ja niiden merkityksestä ovat keskeisiä seikkoja, jotka syntyvät vuorovaikutuksessa. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu tutkimusmenetelmä, jossa kysymysten muoto ei ole niin tarkka kuin strukturoidussa haastattelussa. Tutkimusta tehdessä aihepiirit eli teema-alueet ovat tutkijan tiedossa etukäteen. Tärkeää on käydä keskustelua tietyn suuntaa antavan aihepiirin mukaan ja tehdä avoimia kysymyksiä. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47-48.)

Haastattelutilanne voi olla joko yksilö- tai ryhmähaastattelu. Yksilöhaastattelua käytetään kuitenkin useimmin. Ryhmässä sen sijaan haastatellaan useita henkilöitä samaan aikaan. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 61.)

Teemahaastattelussa haastateltavan on oltava vapaaehtoinen. Ensikontaktissa haastateltavalle kerrotaan tutkimuksen tarkoitus ja miksi juuri hänet on valittu haastateltavaksi. Tutkija voi käyttää ensikontakteissa puhelinta tai sähköpostia. Tutkijan tulee kertoa myös haastatteluun kuluva aika ja paikka sekä korostaa tutkimuksen luottamuksellisuutta. (Eskola & Suoranta 1998, 93-94.)

#### 4.1.5 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen tekeminen

Valitsin tutkimusmenetelmäksi teemahaastattelun, sillä opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitä joku ajattelee. Teemahaastattelurunko (liite 1) koostui neljästä eri teemasta, joihin sisältyi tarkentavia kysymyksiä. Sisältö koostui ETF-palvelun käyttöön ja kehitykseen liittyvistä kysymyksistä. Näin ollen haastattelun sisältö liittyi oleellisesti opinnäytetyön teoreettisen osuuden kokonaisuuteen.

Ryhmähaastattelut tehtiin 22.10. ja 4.11. Helsingissä ja ne kestivät noin tunnin. Molempiin haastatteluihin varauduttiin huolella ja ne toteutettiin työajan ulkopuolella Sokos Hotellin kokoustiloissa kello 17:30. Nauhoitus tehtiin kannettavaan tietokoneen asennetun mikrofonin avulla. Ryhmähaastattelun alussa sijoittajille kerrottiin, haastattelun etenemisestä sekä nauhoituksesta. Haastateltaville kerrottiin että nauhoitusta käytettiin vain tähän tutkimukseen eikä osallistuvien henkilöllisyys tulisi esiin tutkimuksessa. Jokaiselle osallistujalle jaettiin myös oma teemahaastattelurunko, josta kysymyksiä pystyi tarvittaessa seuraamaan. Haastattelujen jälkeen nauhoitukset kuunneltiin läpi useampaan kertaan ja ne litteroitiin tekstiksi. Haastattelujen yhteispituus oli noin 110 minuuttia ja litteroitua tekstiä muodostui 30 sivua kirjasinkoolla 12 ja rivivälillä 1,5.

Referoin litteroidun aineiston tutkimuskysymyksittäin ja erottelin haastateltavien vastauksista tärkeimmän seikat epäolennaisista. Haastatteluista saatu tutkimusaineisto eroteltiin siis tutkimuskysymysten mukaan, jotta se seuraisi tutkimuksen rajauksia. Käytin referoinnissa aineis-

ton jäsentelyä, jossa hyödynsin tehokkaasti haastattelurungon teemoja. Tässä prosessissa etsin tekstin olennaisimpia asioita pelkistämällä tekstin aineiston. Teemojen avulla löysin aineiston olennaiset seikat, jotka liittyivät tutkimusongelmaan eikä pelkästään sen yksittäisiin kohtiin. Etsin aineistosta niitä asioita jotka vastasivat tutkimuskysymykseen ja yhdistin ne teemoihin. Saatujen teemojen mukaan jäsensin tutkimusaineiston kokonaisuudeksi ja karsin epäolennaiset asiat. Työn tutkimustulokset ja johtopäätökset kirjoitin referoidun ja karsitun tiedon perusteella viitekehystä käyttäen. Haastatteluissa oli aika ajoin päällekkäistä puhetta, jonka purkaminen nauhalta oli haastavaa. Nauhoituksen lisäksi tein myös muistiinpanoja, jotka auttoivat nauhoitusten litteroinnissa. Ryhmähaastatteluissa haastateltavat keskeyttivät usein toisiaan, jolloin nauhan puheesta ei meinannut saada selvää. Merkitsin epäselvät kohdat litteroituun tekstiin kysymysmerkein.

Kun haastattelut oli kirjoitettu auki, kuuntelin vielä nauhat ja vertasin niitä kirjoitettuun tekstiin, jotta se olisi yhdenmukainen. Ryhmähaastatteluissa syntyi mielenkiintoisia keskusteluita ja ajatusten vaihtoa. Haastatteluissa tehtävänäni oli keskustelun aikaan saaminen ja huolehtia siitä, että keskustelu pysyy halutuissa teemoissa. Keskustelujen aikana huolehdin myös siitä, että jokaisella keskustelijalla oli mahdollisuus osallistua keskusteluun ja kertoa vapaasti näkemyksiään teemaan liittyen. Välillä keskustelu oli ajatua osakemarkkinoiden spekulointiin tai omien sijoittajakokemuksien kerrontaan, jolloin esitin tutkimuskysymyksen uudelleen.

Haastatteluryhmät	Naisia lkm. / Ikä	Miehiä lkm. / Ikä	Yhteensä / Keski-ikä
Ryhmä 1	2 / 35, 22	3 / 20, 28, 43	5 / 29,6 vuotta
Ryhmä 2	1 / 25	4 / 18, 34, 41, 52	5 / 34 vuotta

Taulukko 6: Haastatteluryhmät, ikä ja sukupuolet

## 5 Tutkimustulokset

Haastatteluihin osallistuneet sijoittajat olivat pääosin tyytyväisiä Nordnetin ETF-palveluun. Nordnet-pankki on yksi harvoista sijoitusalan palveluntarjoajista Suomessa, jolla on verkkopalvelussaan oma ETF-osio. Haastatteluun osallistuneet pitivät tätä hyvänä asiana, sillä palvelu vastaa sijoittajien tarpeisiin. Nordnetin verkkopalvelua pidettiin toimintavarmana ja luotettavana, joka on tärkeä asia varsinkin sijoituspalveluissa.

ETF käyttöliittymää tulisi kuitenkin kehittää ja tuoda siihen uusia ominaisuuksia. Teemahaastattelujen tuloksia purkaessa esiin nousi useita kehitysehdotuksia. ETF-hakukone tarjoaa sijoittajille mahdollisuuden etsiä ETF-rahastoja valitsemillaan hakukriteereillä. Haastattelujen tuloksista ilmeni, että hakukoneen suodattimia tulisi olla enemmän, jotta palvelun käyttäjät

voisivat tarkentaa ETF-hakuaan. Tutkimustuloksissa nousi esiin seuraavat tarkentavat kehitys-ideat (liite 2), joita toivottiin hakukoneen suodattimiksi.

- Hallinnointipalkkio (TER) %
- Osinkotuotto %
- ETF:ien osinkopolitiikka, sijoittaako osingon uudelleen rahastoon vai maksaako käteisenä
- Tuottohistoria %
- Hallinnoitavat varat €
- Fyysinen vai synteettinen ETF-rahasto (rakenne)
- Rahastoon sijoitetut varat €
- Kohde-etuus, jota ETF-rahasto seuraa

Hakukoneen englanninkieliset valinnat (hakukoneen vetovalikko) koettiin myös hankalaksi. Osa haastatelluista ei tuntenut lainkaan englanninkielistä taloussanastoa, mikä aiheutti tulokinnanvaraisia hakuja ja ihmetystä palvelua käytettäessä. Sijoittajille on myös tärkeää tietää Spread-prosentti, eli kuinka suuri on osto- ja myyntihinnan erotus. Mitä pienempi spread on, sen parempi se on sijoittajalle. Spread tiedon voisi vaikka lisätä yhdeksi hakukoneen valintakriteeriksi.

ETF-toriin toivottiin myös lajittelua osinkojen käsittelyyn, jota hakukoneesta ei löytynyt. Sijoittajalle ainoa tapa tarkistaa osingonmaksupolitiikka, on mennä tuotteen liikkeellelaskijan kotisivuille. Palvelussa tulisi olla myös enemmän tuotekohtaisia tietoja ETF:stä ja niiden toiminnasta. Palveluun voisi tuoda haastateltavien mukaan myös ETF:ien yksinkertaiset rahastositteet. Käyttäjän hakiessa ETF:iä, hakukone antaa tuloksena rahastojen pörssikohtaisia kaupankäyntikoodeja. Sijoittajien mukaan tärkeämpää olisi saada tietoa ETF:n nimestä ja sen sisällöstä.

ETF-palvelun koulutusosio sai kiitosta. Sivuston graafinen ilme koettiin miellyttäväksi ja painikkeiden sijainti helpoksi. Haastateltavat tosin mainitsivat, että osa sivuston teksteistä voisi olla isommalla kirjainkoolla. Tekstien lukeminen pienikäyttöisellä kannettavalla tuotti myös osalle haastatelluista ongelmia. Kehitysehdotuksina sivuille toivottiin nauhoitettuja koulutusmateriaaleja ETF:stä, jolloin koulutus olisi interaktiivisempaa.

ETF-palvelussa kehuja sai vastikään lanseerattu ETF-kuukausäästäminen. Sijoittajat pitivät mahdollisuudesta hajauttaa säännöllisesti ETF:iin ilman välityspalkkiota. Kuukausiäästäminen toivottiin uusia ETF:iä, jotta rahastovalikoima laajenisi. Lisättävien ETF:ien tulisi olla enemmän osingot uudelleen sijoittavia rahastoja, jolloin ne olisivat sijoittajalle verotehokkaampia. ETF-torille toivottiin uutena ominaisuutena analyysijä eri ETF-rahastoista. Samoin

toivottiin erillisen uutisportaalin lisäämistä, josta sijoittajan olisi helppo lukea esimerkiksi viikon menestyneimmistä ETF:stä tai markkinatapahtumista. Teemahaastattelun litteroidusta materiaalista selvisi vastauksia myös verkkopalvelun toimivuuteen ja ominaisuuksiin. Hyödynsin saatuja vastauksia ja sovelsin niitä Ahosen verkkopalvelujen 12 käytettävyyssmuuttujamalliin. Ahosella on mallissa 12 tekijää, joista haastatteluissa mainittiin kahdeksan. (Ahonen 2007, 76.)

1. Tehokkuus: Nordnetin etusivulla on hyvin paljon tietoa. Käyttäjältä saattaa mennä sivuston tutkimiseen aikaa ennen kuin hän löytää sieltä haluamansa.
2. Informatiivisuus: Sivustolta saa paljon tietoa sijoittamisesta.
3. Esteettisyys: Nordnetin sivuston värit sopivat yritykseen teemaan ja värimaailmaan hyvin.
4. Selkeys: Informaatio on selkeästi esitetty, ja jokainen aihealue on jaettu oman pääotsikon alle.
5. Opittavuus: Ensikertalaiselle sivusto voi tuntua haastavalta, koska käyttäjältä saattaa mennä aikaa hahmottaa kaikki otsikot ja aihealueet. Kun sivustoa on käyttänyt useamman kerran, sivuston hahmottaminen on helpompaa.
6. Muistettavuus: Sivusto on tarpeeksi selkeä, jotta asiakas muistaa, mistä pääsee aikaisemmin käytyyn kohtaan.
7. Lisäpalvelut: Tarjolla on monia lisäpalveluita sijoittajalle.
8. Vuorovaikutteisuus: Asiakaspalveluun voi ottaa yhteyttä puhelimitse arkipäivisin toimistotyöaikaan tai viestikeskuksen kautta milloin vain.

## 5.1 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Nordnet oli yksi ensimmäistä nettipankeista pohjoismaissa, joka tarjosi sähköistä osakekaupankäyntiä internetissä. Pankin sähköinen liiketoiminta on kehittynyt paljon vuodesta 1996, jolloin sen ensimmäiset asiakkaat kävivät kauppaa verkossa. Alusta lähtien Nordnetin verkkopankin etuja ovat olleet sen saatavuus, nopeus, kustannustehokkuus sekä asiakaspalvelumalli, joka toimii pääosin verkossa. Edulliset hinnat, kustannustehokas verkkopalvelu, sekä kehittyneet palvelut ovat tuoneet asiakkaita taloon ilman kalliita markkinointikampanjoita. Verkkopalvelujen kehittyessä myös pankin asiakasmäärät ovat kasvaneet. Sähköisen liiketoiminnan

avulla Nordnet on saavuttanut tuottoja, asiakastytyväisyyden kasvua, sekä säästöjä kuluissa jotka näkyvät myös asiakkaille.

Nordnetin nykyinen ETF-palvelu (ETF-tori) lanseerattiin vuonna 2010. Tämän jälkeen palvelua on kehitetty maltillisesti ilman suuria muutoksia. Samaan aikaan kilpailijat ovat kaikessa hiljaisuudessaan rakentaneet omia palvelujaan ETF:ien ympärille. Palvelutarjonnassa on näin ollen nähtävissä kasvavaa kilpailua, joka ei ole kuitenkaan vielä kovin näkyvää. Tästä voidaan ainakin päätellä pankkien ja sijoituspalveluyrityksien varautuvan ETF:ien kysynnän kasvuun tulevaisuudessa.

Palvelun käyttäjien osallistuminen sähköisten palveluiden kehittämiseen tarjoaa kollektiivista kokemustietoa Nordnetille. Palveluita on vaikea kehittää, jos niitä ei kehitetä yhteistyössä käyttäjien kanssa. Asiakkaat tarjoavat oman erityisen näkökulmansa palveluiden suunnitteluun, toteuttamiseen ja kehittämiseen, joita hyödyntämällä saavutetaan parempia tuloksia.

Verkkopalvelujen, kuten ETF-torin tarkoituksena, on palvella asiakasta. Jotta palvelu olisi hyvää, täytyy myös sen käyttämisen olla asiakkaalle helppoa, nopeaa ja vaivatonta. Asiakkaat osaavat arvostaa hyvää palvelua ja siihen kannattaakin panostaa. Kehittämällä nykyistä ETF-palvelua eteenpäin, saadaan uusia asiakkaita ETF-palvelun käyttäjiksi. Teemahaastattelun vastauksien perusteella, palvelun tulisi olla yksinkertaisempi ja selkeämpi, sekä sisältää enemmän informatiivista tietoa. Perustietoa ETF:stä tulisi löytyä helpommin ja niiden löydettävyyden olla helppoa. Haasteena on kuitenkin lisätä uusi ominaisuuksia ETF-palveluun ja pitää käyttäjäliittymä yksinkertaisena, sillä jo liiallinen valinnan määrä, voi aiheuttaa sijoittajalle ongelmia.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kerätä kehitysideoita Nordnet-pankin ETF-palvelun kehittämiseksi. Tavoitteena oli kartoittaa asiakkaiden mielipiteitä siitä mitä palvelun tulisi sisältää. Kehitysideat kerättiin asiakkaiden teemahaastatteluilla.

ETF-torin tärkeimpänä kehittämiskohteena koettiin sen hakukone, jota tulisi rakentaa monipuolisemmaksi ja käyttäjäystävällisemmäksi. Lisäämällä hakukriteerejä ja tuotekohtaisia tietoja sijoittajat löytäisivät rahastot helpommin ja saisivat enemmän varmuutta sijoituspäätöksensä tueksi. Tämä taas lisäisi kaupankäyntiä ETF:llä, jolloin molemmat osapuolet hyötyisivät.

Palveluun voisi rakentaa myös sijoituskohteittain rakennetut ETF-mallisalkut sekä tuoda linkit suurimpien ETF-liikkeeseenlaskijoiden sivuille. ETF-tuotteiden selostukset ja sijoituskohteen mainitseminen helpottaisi asiakkaita löytämään tuotteet nopeammin. Kokonaisuudessaan palvelua tulisi kehittää mahdollisimman yksinkertaisesti ja visuaalisesti ymmärrettäväksi. Liian monimutkaisesti kerrotut asiat hämmentävät palvelun käyttäjää, jolloin asian ydin voi vää-



ristyä ja tieto ymmärtää toisin kuin on tarkoitettu. ETF-osioon tulisi lisätä myös enemmän tietoa liikkeellelaskijoiden ETF-tuotteista ja niiden ominaisuuksista.

Sijoitusrahastoista löytää huomattavasti helpommin tietoa kuin ETF-rahastoista, sillä ETF:stä on kirjoitettu melko vähän suomeksi. ETF-rahastojen menestyminen ja nouseminen sijoitusrahastojen todelliseksi haastajaksi vaatisi sen, että niistä löytyisi myös helposti saatavilla tietoa. Sijoituspalveluyritykset ja pankit ovat kuitenkin lisänneet tuotetietoutta ETF:stä ja markkinoivat niitä entistä enemmän. Nordnetin ETF-palvelu on osaltaan edesauttanut sijoittajien tuotetietoutta ETF:stä.

## 6 Pohdinta

Palveluiden kehittäminen voidaan jakaa useisiin eri vaiheisiin. Seuraavaksi kerronkin oman näkemykseni palvelujen kehittämisestä. Mielestäni kaikki saa alkunsa ideasta, joka on usein tullut asiakkaalta tai yrityksen sisältä. Ideaan voi tosin vaikuttaa myös toisen yrityksen toimintatavat tai asiakaskäyttäytymisen muutos. Yrityksen on hyvä seurata myös alan trendejä ja tehdä asiakastytyväisyyskyselyitä jossa selvitetään palvelun nykytilaa. Tämän jälkeen on hyvä määritellä tavoitteet, jotka voivat olla esimerkiksi palvelun käytön lisääminen. Suunnitteluvaiheessa on hyvä määrittää aikataulu ja resurssit kuten projekteissa yleensä tehdään. Palvelua on myös hyvä pilotoida ennen käyttöönottoa. Tämä tarkoittaa palvelun koekäyttöä joka mahdollistaa lopulliset kehitysmuutokset ennen kuin palvelua tarjotaa asiakkaille. Lanseerausvaiheessa on tärkeää seurata palvelun toimintaa erilaisten mittareiden avulla, sillä näin tiedetään saavutetaanko se mitä ollaan tavoiteltu. Uuden palvelun käyttöönotto vaatii yritykseltä paljon resursseja sekä työtä. Yrityksen kannattaakin kehittää usein sen nykyistä palvelua, kuin lähteä rakentamaan kokonaan uutta alusta lähtien.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli perehtyä sähköisen liiketoiminnan kehittämiseen, sekä selvittää ETF-palvelun kehitysmahdollisuuksia. Sähköinen liiketoiminta on muokannut yritysten toimintaympäristöä ja niiden rakenteita. Nordnetin strategiaan kuuluu oleellisesti sähköisen liiketoiminnan jatkuva kehittäminen. Strategian suunnittelussa tulee huomioida toimintaympäristön jatkuva kehitysprosessi, sillä internetin myötä sähköisten verkkopalveluiden käyttö on kasvanut voimakkaasti. Tämä on myös muuttanut perinteistä pankkiasiointia konttorissa, sillä verkkopankkien käyttö on lisääntynyt voimakkaasti 2000-luvulla, joka on vienyt pankkiasiointia sähköiseen maailmaan.

Verkossa toimivat pankit kilpailevat keskenään ja toimiva verkkopalvelu tuo kilpailuetua. Tämä on johtanut verkkopalveluiden kehittymiseen, joka näkyy myös asiakkaille tarjottavissa sähköisissä sijoituspalveluissa. Sähköisen liiketoiminnan kehitystä on tukenut suuresti tieto-

tekniikan kehitys. Asiakastytyväisyys kasvaa kun tietotekniikka kehittyy ja antaa asiakkaille uusia mahdollisuuksia asioida pankissa.

Nettipankit saavuttavat kilpailuetua sähköisen liiketoiminnan avulla. Nordnetin sähköinen liiketoiminta pitää sisällään informaation välittämisen, kauppa- ja transaktiotapahtumien toteuttamisen arvopapereilla, sekä erilaisten palvelujen tarjonnan sijoittajille. Internet tarjoaa kilpailuetuja, kustannustehokkuutta, pienempiä kuluja, sekä ajasta ja paikasta riippumatonta palvelua. Asiakas taas hyöttyy tehokkaasta ja mukavasta tavasta asioida missä ja milloin vain.

Palveluiden täytyy olla helppoja käyttää ja niiden tulee huomioida sijoittajien tarpeet. Jatkuvalla palvelujen kehittämisellä sijoittajille pystytään tarjoamaan tulevaisuudessa yhä parempia palveluja. Jotta pankit ja sijoituspalveluyritykset voisivat nykypäivänä menestyä, täytyy niiden olla verkossa ja mobiileissa palvelukanavissa. Tämä edellyttää erinomaista ja asiakaslähtöistä verkkopalvelua. Palveluja kehittäessä tulee huomioida myös asiakasymmärryksen tärkeys. Havainnoimalla asiakkaiden suoraa käyttäytymistä, voidaan löytää kehitysideoita, joita asiakkaat itse eivät vielä osaa kaivata. Näin voidaan kehittää uusia ominaisuuksia ja palveluita, joita kilpailijoillakaan ei ole.

Tämän opinnäytetyön tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina, sillä ne saatiin suoraan palvelun käyttäjiltä. Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu oli näin ollen paras valinta tutkimukseen, vaikka kvalitatiivisessa tutkimuksessa on muitakin menetelmiä. Opinnäytetyön teoriaosuus tukee empiiristä osuutta, sillä teemahaastattelun kysymykset laadittiin teorian pohjalta. Pääongelmana opinnäytetyössä oli kuinka ETF-palvelua tulisi kehittää ja miten.

Tutkimukselle asetetut tavoitteet saavutettiin hyvin, sillä tuloksista selvisi asiakkaiden tarpeet ja miten näihin tarpeisiin voitaisiin vastata. Tämä opinnäytetyö käsittelee verkkopankin sijoituspalveluita ja aihealueelle löytyy useita jatkotutkimuksen aiheita. Luonnollisena jatkotutkimusehdotuksena voisi selvittää, miten kehitysideat toteutettaisiin käytännössä ja mitä resursseja se vaatisi. Tämä vaatisi erillisen projektiryhmän kokoonpanoa ja tavoitteiden määrittelyä laajemmassa mittakaavassa. Tärkeää olisi tällöin miettiä mitä halutaan olla tulevaisuudessa ja miten se kulminoituisi Nordnetin strategiaan.

Monet suomalaiset pankit pyrkivät palvelemaan asiakkaitaan mahdollisimman kattavasti ja tehokkaasti, jonka takia ne siirtävät palveluja verkkoon. Helppous ja tehokkuus säästävät myös asiakkaan aikaan. Sähköisessä asioinnissa palvelun saa helpommin kuin henkilökohtaisessa kontaktissa, eikä se ole aikaan tai paikkaan sidottua. Pankkien tulisi kuitenkin pyrkiä kehityksessä siihen, että käyttäjällä olisi mahdollisuus valita vain ne palvelut, joita halutaan käyttää.

Pankit houkuttelevat asiakkaita verkkoon, tarjoamalla parhaat edut ja hyödyt, sekä edullisimman hinnan palvelun käyttäjille. Pankkien tulisi kuitenkin huomioida asiakkaat, joilla ei ole mahdollisuutta asioida verkossa. Palvelujen rajaaminen ainoastaan verkkoon rajaa erityisesti vanhemman ikäluokan edustajia. Tulevaisuuden haasteena on pitää palvelut yksinkertaisina ja helppokäyttöisinä, sillä pankkien trendinä on enemmän lisätä verkkopalveluja kuin poistaa niitä. Toisena opinnäytetyön jatkotutkimuksen aiheena voisikin toimia tutkimus siitä, mitä pankkipalveluja asiakkaat haluaisivat hoitaa verkossa ja mitä eivät.

Asiakkaiden mukaan ottaminen kehittämisprosesseihin on vielä melko uutta, mutta siitä on merkittävää hyötyä yritykselle. Kun asiakkaat osallistuvat kehitysprosessiin, varmistetaan että kehityksessä olevat palvelut houkuttelevat asiakkaita ja tuovat halutun lisäarvon palvelun käytölle. Palvelujen kehittämisessä läpimurtoa ei tehdä hetkessä, vaan prosessissa tarvitaan pitkäjänteisyyttä ja johdonmukaisuutta. Sähköiset palvelut ovat tulleet jäädäkseen ja kaikkia niiden hyötyjä ei vielä edes tiedosteta. Internet tarjoaa mahdollisuuden säästää aikaa ja rahaa älykkäällä tavalla. Tämä on myös tehnyt asiakkaista tietoisempia ja luonut täysin uusia liiketoiminnallisia mahdollisuuksia. Nämä mahdollisuudet näkyvät myös Nordnetin toiminnassa, jolla on tarjota sijoittajille kehittyneitä palveluita ja älykkäitä työkaluja sijoittamiseen.

Pankkitoimiala kehittyy jatkuvasti ja se tarkoittaa myös palvelujen kehittymistä. Verkkopankit kehittyvät osittain automaattisesti uusien teknologisten uudistusten mukana. Palvelujen täytyy olla helppoja jotta asiakas ymmärtäisi niiden toiminnan. Liian vaikeaselkoiset verkkopalvelut lannistavat asiakkaan ja estävät tekemästä esimerkiksi osakekauppaa. Kolmantena jatkotutkimuksen aiheena voisi olla se, miten asiakkaat saadaan tekemään enemmän kauppaa ETF:llä. Monet sijoittajat olisivat halukkaita tekemään ETF kauppaa itsenäisesti, mutta eivät välttämättä tee.

Palveluntarjoajien lisääntyessä myös kilpailijoita kannattaa tarkkailla. Nordnetin kannattaa seurata miten muiden toimijoiden ETF-palvelut kehittyvät, tai mitä keinoja muut pankit käyttävät ETF-palvelujen markkinoinnissa. Kilpailutietoa voidaan näin ollen hyödyntää nykyisen palvelun kehityksessä ja lisätä tarvittaessa muilta opittuja elementtejä palvelun ominaisuuksiin. Yhdistämällä asiakkaiden toiveet kilpailijoiden menetelmiin, voidaan saavuttaa ainutlaatuinen ETF-palvelu.

Kehitettäessä mitä tahansa verkkopalvelua, tulee prosessissa muistaa alkuperäinen kehittämisen tarve joka perustuu usein asiakasodotuksiin ja kilpailutilanteeseen. Palvelua tulisi kehittää myös niin, että se sopisi liiketoiminnan luonteeseen. Sähköisen liiketoiminnan kehittämisessä asiakkaiden palveluodotukset ovat avainasemassa jotta kehittämisestä olisi ylipäänsä hyötyä. Siksi yritysten ja pankkien on tärkeää huomioida asiakkaiden palautteet ja toiveet arkipäiväisessä tekemisessä ja asiakaspalautteessa. Nordnetin kannattaa suunnitella ETF-

palvelun kokonaisuus huolellisesti ja kokonaisvaltaisesti, eikä vain yksittäisen kehitysprojektin näkökulmasta. Opinnäytetyön tutkimuksen avulla saatiin selville liiketoiminnalliset perusteet lähteä kehittämään ETF-palvelua ja ideoita joita hyödyntää palvelua kehitettäessä.

Nordnetin tulee jatkuvasti tarkkailla ETF-trendejä sekä pyrkiä havaitsemaan uusia mahdollisuuksia palvelujen kehityksessä. ETF-palvelun uudistumisen tulee olla jatkuvaa sekä innovaatiivista, jotta palvelu differoituisi edukseen sijoittajien keskuudessa. Tämän opinnäytetyön tutkimustulosten avulla palvelusta voidaan kehittää vielä parempi ja asiakaslähtöisempi ETF-palvelu, joka vastaa entistä paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää myös muissa verkkopalvelun osioissa, sillä teemahaastattelun tuloksista saatiin tietoa myös palvelusta yleisesti.

## Lähteet

- Aalto, A., Halonen, V., Juote, T., Järvinen, V. & Wihuri, P. 2000. Sähköinen liiketoiminta. Jyväskylä: KHT yhdistyksen palvelu.
- Ahonen, A. 2007. From complex to simple. Desingning a customer-friendly electronic insurance servicescape. Tampere: Tampreen Yliopistopaino Oy.
- Arantola, H. 2006. Customer insight. Uusi väline liiketoiminnan kehittämiseen. Juva: WSOY.
- Berg, V. 2004. Pk-yritysten sähköinen liiketoiminta - Tarpeet kehittää julkista palvelutarjontaa. Kauppa ja teollisuusministeriö. Julkaisuja 14/2004. Elinkeino-osasto.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus.
- Fitzsimmons, J. & Fitzsimmons, M. 2006. Service management: Operations, Strategy, Information Technology. Boston: McGraw-Hill.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Harper, J., Madura, J. & Schnusenberg, O. 2004. Performance comparison between exchange-traded funds and close-end country funds. Journal of international Financial Markets, Institutions & Money. 16/2006, 104-122.
- Heikkilä, T. 1998. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima.
- Heinisuo, R. & Rauta, I. 2007. PHP ja MySQL: Tietokantapohjaiset verkkopalvelut. Helsinki: Talentum.
- Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Tampere: Tammi.
- Horovitz, J. 1992. Kohti nollavirhettä palvelun laadussa. Helsinki: Rastor-julkaisut.
- Häggman, C. 2001. Web-Design. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.
- Jokinen, P., Koskinen, L. 2001. Ryhmähaastattelu aineistonkeruumenetelmänä - haastattelijoiden kokemuksia. Hoitotiede 6/2001, 301-309.
- Kaartinen, A., Pomell, P. 2012. ETF Avain monipuoliseen sijoittamiseen. Helsinki: Talentum.
- Karjalainen, N., 2000. Sähköinen liiketoiminta - Haaste strategialle. Porvoo: WSOY
- Kontkanen, E., 2011. Pankkitoiminnan käsikirja. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy, FINVA.
- Korpela, J. & Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu 2005. Jyväskylä: Docendo.
- Koskinen, J. 2004. Verkkoliiketoiminta. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kuusela, H. 2002. Markkinoinnin haaste. Porvoo: WSOY.
- Lämsä, A-M & Uusitalo, O. 2003. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.

- Martin, H. 2004. Liiketoiminnan sähköistäminen pk-yrityksessä: tapaustutkimus asiakkuudenhallinnan kehittämishankkeesta. Tampere: Cityoffset Oy.
- Metsämäki, M. 2000. Verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Edita Oy.
- Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu- uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Tammerprint Oy.
- NasdaqOmx. 2008. Opi osakkeet. Helsinki: NASDAQOMX.
- Nielsen, J. 1993. Usability Engineering. Boston, Massachusetts, USA: Academic Press.
- Nikkinen, J., & Rothovius, T., & Sahlström, P. 2002. Arvopaperisijoittaminen. Helsinki: WSOY.
- Paavilainen, J. 1999. Internetin liiketoiminnallinen merkitys. Jyväskylä: Suomen ATK-kustannus.
- Pesonen, H., Lehtonen, J & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Pirttilä, A. 2000. Kilpailijaseuranta. Helsinki: WSOY.
- Porter, M. 1991. Kilpailuetu. Jyväskylä: Gummerus.
- Rissanen, T. 2007. Kilpailu markkinoilla. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti.
- Saario, S. 2012. Miten sijoitan pörssiosakkeisiin. Helsinki: Sanoma Pro.
- Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Sipilä J., 1999. Asiantuntijapalvelujen markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Storbacka, K., Blomqvist, R., Dahl, J., Haeger, T. 1999. Asiakkuuden arvon lähteillä. Helsinki: WSOY.
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Keuruu: Otava.
- Ylikoski, T., järvinen, R. & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu - menestystekijä finanssialalla. Helsinki: FINVA

#### Sähköiset lähteet

- Arantola, H. & Simonen, K. 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaa - Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Helsinki: Tekesin katsaus 256/2009. Viitattu 15.10.2013.  
[http://www.tekes.fi/Julkaisut/palvelemisesta\\_palveluliiketoimintaan.pdf](http://www.tekes.fi/Julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf)
- Arvopaperi. 2013. ETF:ien hintasota kiirii Eurooppaan. Viitattu 16.12.2013.  
<http://www.arvopaperi.fi/uutisarkisto/etfien+hintasota+kiirii+eurooppaan/a549362?service=mobile&page=5>
- Arvopaperi. 2010. ETF-kisa kovenee. Viitattu 25.11.2013.  
<http://www.arvopaperi.fi/uutisarkisto/etfkisa+kovenee/a557493?service=mobile&page=5>

Barnes, S. & Vidgren, R. 2002. An Integrative Approach to the Assessment of E-commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*. 3 (3), 114-127. Viitattu 17.10.2013.  
[http://www.informatik.uni-trier.de/~ley/pers/hd/b/Barnes:Stuart\\_J=](http://www.informatik.uni-trier.de/~ley/pers/hd/b/Barnes:Stuart_J=)

Berg, V. 2004. Pk-yritysten sähköinen liiketoiminta: tarpeet kehittää julkista palvelutarjontaa. Helsinki: Kauppa- ja teollisuusministeriö, elinkeino-osasto. Viitattu 16.12.2013.  
[http://www.ek.fi/ek/fi/yritytajyys\\_ym/yritytajyys/tietoa\\_pk-yrityksista/liitteet/jul14elo.pdf](http://www.ek.fi/ek/fi/yritytajyys_ym/yritytajyys/tietoa_pk-yrityksista/liitteet/jul14elo.pdf)

Ernst & Young. 2013. European ETFs: the game changer for growth in asset management. An Ernst & Young European Survey 2013. Viitattu 27.11.2013.  
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European-ETF-survey-2013/\\$FILE/European ETF\\_survey\\_2013.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European-ETF-survey-2013/$FILE/European ETF_survey_2013.pdf)

ETF-tori. 2013. Viitattu 4.10.2013.  
<https://www.nordnet.fi/etf/center?etf=true&cert=false&lev=true&search=true>

ETP Landscape. 2013. Industry highlights, november 30, 2013. Viitattu 1.10.2013.  
[http://www.fundresearch.de/sites/default/files/Nachrichten/Top-Themen/2013/etfl\\_industryhighlight\\_nov13.pdf](http://www.fundresearch.de/sites/default/files/Nachrichten/Top-Themen/2013/etfl_industryhighlight_nov13.pdf)

Finanssivalvonta. 2013. Sijoituspalveluyritykset. Viitattu 5.10.2013.  
<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Palveluntarjoajat/Sijoitusala/Sijoituspalveluyritykset/Pages/Default.aspx>

Finlex. 2013. Sijoituspalvelulaki. Viitattu 24.11.2013.  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2012/20120747>

Garret, J. 2011. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*, second edition. Viitattu 8.11.2013.  
<http://sse.tongji.edu.cn/liangshuang/hci2013spring/readings/the-elements-of-user-experience.pdf>

Gummerus, J. 2011. Customer Value in E-Service: Conceptual Foundation and Empirical Evidence. Viitattu 27.11.2013. <https://helda.helsinki.fi/handle/10227/806>

iShares. 2013. iShares by BlackRock. Viitattu 27.11.2013.  
<http://fi.ishares.com/fi/rc/>

Nordnet. 2013. About Nordnet. Viitattu 10.10.2013.  
<http://org.nordnet.se/en/about/about-nordnet/in-a-hurry/nordnet-in-brief>

Danske Bank. 2013. Suora osakekaupankäynti Tabletpankkiin. Viitattu 15.10.2013.  
[http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankis-ta/media/Tiedotteet/Pages/2012\\_06\\_26\\_Sijoituskaupank%C3%A4ynti\\_Tabletpankkiin.aspx](http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankis-ta/media/Tiedotteet/Pages/2012_06_26_Sijoituskaupank%C3%A4ynti_Tabletpankkiin.aspx)

Danske Bank. 2013. Verkkotapaaminen. Viitattu 20.10.2013.  
<http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/arjen-pankkipalvelut/Verkkopalvelut/Pages/danske-verkkotapaamiseen.aspx>

Kauppakamari. 2013. 20 vuotta sähköistä arvopaperihallintoa. Viitattu 9.12.2013.  
<http://jasentiedote.chamber.fi/index.php/jasentiedote/Yritystietoa/20-vuotta-saehkoeistae-arvopaperihallintoa>

Kauppalehti Online. 2013. Hallman, Kristiina. Mandatum tuo markkinoille iSharesin ETF:iä. Viitattu 29.9.2013.  
<http://www.kauppalehti.fi.nelli.laurea.fi/omaraha/mandatum+tuo+markkinoille+isharesin+etfia/201302361315>

- Koski, N. & Villberg, K. 2002. Sähköisen pankkiasioinnin hyödyt, Teoksessa: Arvoa tuottava asiointikokemus. Tampere: Tampere University Press. Viitattu 15.8.2013. [http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68059/arvoa\\_tuottava\\_asiointikokemus\\_2002.pdf?sequence=3](http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68059/arvoa_tuottava_asiointikokemus_2002.pdf?sequence=3)
- Kuusela, H. & Rintamäki, T. 2002. Arvoa tuottava asiointikokemus. Tampere: Tampere University Press. Viitattu 15.8.2013. [http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68059/arvoa\\_tuottava\\_asiointikokemus\\_2002.pdf?sequence=3](http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68059/arvoa_tuottava_asiointikokemus_2002.pdf?sequence=3)
- Morningstar. 2013. Morningstar Compares Costs of Investing in Exchange-Traded Products and Traditional Index Funds. Viitattu 25.11.2013. <http://www.morningstar.co.uk/static/UploadManager/Other/Every%20Little%20Helps%20-%20Comparing%20the%20Costs%20of%20Investing%20in%20ETPs%20versus%20Index%20Funds%20Morningstar%20Report%20September%202013.pdf>
- Morningstar. 2013. Vanguard: Palkkiot voivat laskea nollaan. Viitattu 16.12.2013. <http://www.morningstar.fi/fi/news/106905/vanguard-palkkiot-voivat-laskea-nollaan.aspx>
- NASDAQ OMX Nordic. 2013. Index Info OMX Helsinki 25. Viitattu 24.11.2013. [http://www.nasdaqomxnordic.com/index/index\\_info?Instrument=FI0008900212](http://www.nasdaqomxnordic.com/index/index_info?Instrument=FI0008900212)
- Pörssisäätiö. 2006. Mitkä käsitteet sijoittajan on hyvä tuntea. Viitattu 25.11.2013. <http://www.porssisaatio.fi/blog/2006/03/23/mitka-kasitteet-sijoittajan-on-hyva-tuntea/>
- Pörssisäätiö. 2013. Näin aloitat osakesijoittamisen eli nyrkkisääntöjä aloittelijalle. Viitattu 10.10.2013. <http://www.porssisaatio.fi/blog/2001/03/03/nain-aloitat-osakesijoittamisen-eli-nyrkkisaaentoja-aloittelijalle/>
- Salkunrakentaja. 2013. ETF-sijoittamisen näkymät: iShares rahastoyhtiön johtajan haastattelu. Viitattu 23.10.2013. <http://www.salkunrakentaja.com/2013/07/etf-sijoittamisen-nakymat-ishares-rahastoyhtion-johtajan-haastattelu/>
- Salkunrakentaja. 2013. Tämä on edelleen sijoitusmaailman sijoitustuote. Viitattu 3.12.2013. <http://www.salkunrakentaja.com/2013/03/tama-on-edelleen-sijoitusmaailman-suosikkituote/>
- Savon Sanomat. 2012. ePalvelut lisääntyvät. Viitattu 25.11.2013. <http://www.savonsanomat.fi/mielipide/artikkelit/epalvelut-lisaantyyvat/1235509>
- Seligson 2013. Kysymyksiä ja vastauksia. Viitattu 24.11.2013. <http://www.seligson.fi/omxh25/suomi/etf/kysymyksia.htm>
- Shneiderman, B. 2000. Designing trust into online experiences. Communications of the ACM. December 2000/ Vol. 43, No. 12. Viitattu 10.10.2013. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=355124>
- Tarkkamarkka 2013. Sijoittamisen perusteet. Viitattu 15.12.2013. <http://www.tarkkamarkka.com/saeaestoet-ja-sijoittaminen/sijoittamisen-perusteet.html>
- Tilastokeskus 2013. Kansantalous. Viitattu 24.11.2013. [https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_kansantalous.html](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_kansantalous.html)
- Tilastokeskus 2013. Sijoituspalveluyritykset. Viitattu 24.11.2013. <http://www.stat.fi/til/spy/>
- Zemke, R. & Connellan, T. 2000. E-service: 24 ways to keep your customers when the competition is just a click away. New York: AMA. Viitattu 5.10.2013. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=557384>



## Kuvat

Kuva 1: Nordnet ETF-torin koulutusosio .....	9
Kuva 2: ETF-torin hakukone .....	10
Kuva 3: Sijoituspalveluyritysten palkkiotuottojen vuosimuutos neljänneksittäin .....	12
Kuva 4: ETF-kuukausisäästäminen .....	13
Kuva 5: ETP-tuotteiden kasvu .....	16
Kuva 6: Osakemarkkinoiden osapuolet .....	24
Kuva 7: Internet-sivujen laadun mittareita .....	27
Kuva 8: Tutkimustoiminta .....	34

## Taulukot

Taulukko 1: OMXH25-indeksiosuusrahaston sisältö.....	15
Taulukko 2: Rahastojen, ETF:ien ja osakkeiden ominaisuudet .....	19
Taulukko 3: Perinteinen palvelu verrattuna sähköiseen palveluun .....	21
Taulukko 4: Palveluiden ja fyysisten tavaraiden erot .....	25
Taulukko 5: Käytettävyyshuutajat .....	29
Taulukko 6: Haastatteluryhmät, ikä ja sukupuolet .....	37

## Liitteet

Liite 1 Teemahaastattelurunko.....	52
Liite 2 Taloussanastoa.....	52

## Liite 1 Teemahaastattelurunko

### 1. Miten koet Nordnetin nykyisen ETF-palvelun?

- Kuinka helppokäyttöisenä koet sen?
- Entä palvelun toimivuus?

### 2. Vastaako ETF-palvelu sijoittajan tarpeeseen?

- Mikä hyvää?
- Mikä huonoa?

### 3. Miten sähköisiä ETF-palveluja tulisi kehittää?

- Miksi?

### 4. Mille uusille ETF-palveluille olisi tarvetta?

- Miksi?

## Liite 2 Taloussanastoa

- TER-luku. Tunnusluku, jolla mitataan rahastoyhtiön perimien palkkioiden osuutta rahaston pääomasta. Kuluihin luetaan Suomessa hallinnointi- ja säilytyspalkkiot, tilinhoito- ja pankkikulut, muualla myös muut suoraan pääomasta veloitettavat kulut. Jälkimmäisiä ei Suomessa voi periä. Lyhennys sanoista Total Expense Ratio.
- Osinkotuotto. Osingon ja osakkeen markkina-arvon välinen suhde, joka ilmaistaan prosentteina.
- ETF-osinkopolitiikka. Maksaako ETF osingon ulos vai sijoittaako uudelleen rahastoon.
- Tuottohistoria. Sijoitetulle pääomalle saatu korvaus. Sijoituksen tuotto voidaan ilmaista rahamääräisenä tai prosentteina sijoitetusta pääomasta. Esim. osakesijoituksen tuotto koostuu osingosta ja osakkeen arvonnoususta.
- Sijoitusrahasto. Pääasiassa arvopapereista koostuva varojen ja velkojen kokonaisuus, jonka omistavat siihen sijoittaneet osuudenomistajat osuuksiensa suhteessa. Perinteinen rahasto, jota hallinnoi rahastoyhtiö.
- Sijoituspalveluyritys. Pankki tai pankkiiriliike, joka välittää arvopaperikauppoja sekä tarjoaa omaisuudenhoito- ja muita sijoituspalveluja.
- ETF, Exchange Traded Fund. Sijoitusrahasto, jonka osuuksilla käydään kauppaa pörsissä.
- Hallinnoitavat varat, paljonko rahastossa on sijoitettuja pääomia.
- Kohde-etuus, mitä indeksiä tai strategiaa ETF-rahasto seuraa.
- ETF-rahaston rakenne, sijoittaako suoraan kohdeindeksin fyysisiin arvopapereihin vai syntee tisesti indeksijohdannaisin rakennettuun indeksiin.
- Spread, osto- ja myyntihintojen välistä eroa kutsutaan spreadiksi. Alhainen spread tarkoittaa sitä että ETF-osuuksia voi ostaa ja myydä lähes samaan hintaan.